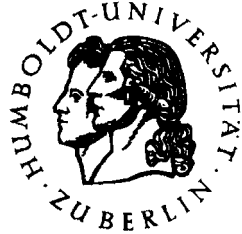


HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN  
INSTITUT FÜR BIBLIOTHEKSWISSENSCHAFT



BERLINER HANDREICHUNGEN  
ZUR BIBLIOTHEKSWISSENSCHAFT

HEFT 104

**KONZEPTIONIERUNG EINES INTERNETPORTALS  
FÜR DIE WEBSITE DES  
LANDESSPRACHENINSTITUTS NRW / JAPONICUM**

VON  
GISELA OGASA



**KONZEPTIONIERUNG EINES INTERNETPORTALS  
FÜR DIE WEBSITE DES  
LANDESSPRACHENINSTITUTS NRW / JAPONICUM**

**VON  
GISELA OGASA**

---

Berliner Handreichungen  
zur Bibliothekswissenschaft

Begründet von Peter Zahn  
Herausgegeben von  
Konrad Umlauf  
Humboldt-Universität zu Berlin

Heft 104

## **Ogasa, Gisela**

Konzeptionierung eines Internetportals für die Website des Landesspracheninstituts NRW / Japonicum / von Gisela Ogasa. - Berlin : Institut für Bibliothekswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 2002, 59 S. - (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft und Bibliothekarsausbildung ; 104)

ISSN 14 38-76 62

### **Abstract:**

Ziel der Studie ist die Konzeptionierung eines webbasierten Informationsangebotes für das LSI-NRW / Japonicum. Zunächst wird das LSI mit seinen Teilinstituten und seinem satzungsgemäßen Auftrag vorgestellt. Es folgt die Eruiierung der Zielgruppen des Japonicums und das Herausarbeiten des speziellen Informationsbedarfs. Danach wird Form und Ausführung des Internetauftritts durchdacht.

Der Schwerpunkt der Studie liegt in der Analyse der aktuellen Diskussion um Portalkonzepte und Personalisierung, welche die theoretische Grundlage für den sich anschließenden Entwurf eines qualitativ hochwertigen Webangebots bildet.

Um dabei das Generieren einer digitalen Dublette zu vermeiden, erfolgt eine Evaluierung der WWW-Informationsangebote der deutschen universitären Japanologien. Im Anschluss werden Eckdaten für die konkrete Gestaltung der Website nach inhaltlichen und formalen Gesichtspunkten erarbeitet und somit weitere Kriterien für die erste Umsetzung in Form einer Linksammlung zusammengetragen.

Abschließend wird die Integration weiterer Dienstleistungen skizziert, um mittelfristig die gesamte Funktionalität eines Internetportals zu erreichen.

# Inhaltsverzeichnis

# Seite

1	Einleitung	S. 7
2	Das Landesspracheninstitut NRW (LSI)	S. 9
2.1	Die Zielgruppen des LSI / Japonicum	S. 10
2.1.1	Die Dozenten	S. 10
2.1.2	Die Kursteilnehmer	S. 11
2.1.3	Weitere Nutzer	S. 12
2.1.4	Nutzerprofil und Versorgungsniveau	S. 12
2.2	Das Themenspektrum	S. 12
2.2.1	Themenkatalog für die Zielgruppe Dozenten	S. 13
2.2.2	Themenkatalog für die Zielgruppe Kursteilnehmer	S. 14
2.2.3	Themenkatalog für die Zielgruppe Weitere Nutzer	S. 15
3	Linksammlung oder Internetportal?	S. 15
3.1	Linksammlung, Clearinghouse, Subject Gateway und Co.	S. 16
3.2	Portale	S. 19
3.2.1	Entwicklung des Portalkonzepts	S. 21
3.2.2	Internet – vom anonymen Suchwerkzeug zum persönlichen Suchportal	S. 22
3.2.3	Wirtschaft – von Intranet und Website zum Unternehmensportal	S. 23
3.2.4	Wissenschaft – von der Linksammlung zum Wissenschaftsportal	S. 25
3.2.4.1	Einige Beispiele	S. 26
3.2.4.2	Die neun Kernfunktionalitäten	S. 29
3.2.4.3	Diskussion des Portalkonzepts	S. 32
3.2.4.4	Horizontale und vertikale Portale	S. 36
3.2.4.5	Zukunftstrends	S. 36
4	Auf dem Weg zum Internetportal: die Linksammlung des Japonicums	S. 37
4.1.	Aggregation von Information	S. 38
4.1.1	Informationsangebote mit Japanschwerpunkt an Universitäten	S. 38
4.1.2	Linksammlungen weiterer Institute und Organisationen	S. 40
4.2	Gestaltung der Linksammlung	S. 41
4.2.1	Aktualität	S. 41
4.2.2	Nutzerfreundlichkeit	S. 42
4.3	Ausarbeitung einer ersten Systematik	S. 44

## **Inhaltsverzeichnis**

## **Seite**

5	Nächste Schritte	S. 44
5.1	Gesamtkonzept für alle Teilinstitute des LSI	S. 44
5.2	Aufspüren weiterer Internetquellen	S. 45
5.2.1	Kooperation	S. 46
5.3	Pflege der Linksammlung	S. 46
5.4	Qualitätskontrolle	S. 47
5.5	Öffentlichkeitsarbeit	S. 47
5.6	Weiterentwicklung in Richtung Portal	S. 48
6	Schlussbemerkung	S. 49
7	Anhang	S. 51
8	Literaturverzeichnis	S. 55

# 1 Einleitung

“Der Zugang zu Informationen und deren Nutzung muss sich unmittelbar an den individuellen Bedürfnissen und Arbeitsweisen der Nutzer orientieren, die benötigten Informationen müssen zeit- und ortsungebunden direkt am jeweiligen Arbeitsplatz verfügbar sein.“<sup>1</sup>

Die weitestgehend ungeordnete Flut an Informationen und Ressourcen im Internet erfordert eine Erweiterung des Aufgabenspektrums von Informationsdienstleistern wie Bibliothekaren bzw. Informationsspezialisten. Die Integration des Mediums Internet in den bibliothekarischen Berufsalltag darf allerdings nicht bei der Übertragung der traditionellen Aufgaben des Sammelns, Ordnen und Bereitstellens auf ein neues Medium stehen bleiben. Die Ausschöpfung aller Möglichkeiten, die neue Informationstechnologien bieten, können mit spezifischen, kundenorientierten Dienstleistungen zu enormen Verbesserungen führen. Hierbei erfährt die Rolle des Informationsspezialisten als Schnittstelle zwischen Information und Informationssuchendem eine neue Gewichtung.

Benutzer eines klassischen Informationsspeichers wie einer Bibliothek sind i.d.R. in der Lage, die für sie relevante Information aus einer großen Anzahl physisch vorliegender Medien herauszufiltern. Dies gelingt ihnen mit Hilfe von Klassifikationen, Sach- und Schlagwortkatalogen etc., die heute zwar auch in digitaler Form existieren, im Grunde jedoch Ordnungssysteme darstellen, die im Laufe von Jahrhunderten kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert wurden. Gegebenenfalls wird die Literatursuche durch persönliche Beratung eines Bibliothekars ergänzt.

Heutzutage müssen neue Konzepte, spezielle Softwarelösungen und international standardisierte Metadaten zur bibliographischen und inhaltlichen Beschreibung entwickelt werden, um auch die Internet-Ressourcen, die seit etwa 10 Jahren in unüberschaubarer Fülle zugänglich sind, aufzubereiten und in hoher Qualität, zeitnah sowie orts- und hardware-unabhängig zur Verfügung zu stellen. Die richtige Information in der richtigen Form zur richtigen Zeit für die richtige Person, so lautet die Forderung. Und nicht zuletzt der Einsatz moderner Kommunikationstechnologie kann bibliothekarische Dienstleistung deutlich verbessern: individuelle und zuverlässige Kundenbetreuung wird dort, wo es möglich ist, automatisiert, und dort, wo es gewünscht ist, mit bequemen Kontaktmöglichkeiten zum Informationsspezialisten persönlich geleistet.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist die Konzeptionierung eines webbasierten Informationsangebotes der Bibliothek des Japonicums, eines Teilinstituts des Landesspracheninstituts NRW (LSI) in Bochum. Dieses Angebot soll inhaltlich auf den Informationsbedarf der angesprochenen Zielgruppen ausgerichtet sein, den aktuellen technischen und formalen Qualitätsanforderungen genügen und mit den verfügbaren knappen Sach- und Personalmitteln in Umsetzung und Pflege realisierbar sein. Die Bereitstellung eines qualitativ anspruchsvollen, relevanten und aktuellen Informationsangebots stellt ein Mittel dar, die fachliche Kompetenz aller Mitarbeiter und Entscheidungsträger auf aktuellem Stand zu halten, zur Wettbewerbsfähigkeit des Instituts auf dem Bildungsmarkt beizutragen und als Instrument des Marketings potentielle Kunden zu werben und aktuelle Kunden zu binden. Der konkrete Mehrwert für das Gesamtinstitut ist somit unbestreitbar.

---

<sup>1</sup> Aktionsprogramm der Bundesregierung Deutschland ‚Innovation und Arbeitsplätze für die Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts‘, Kapitel ‚IT-Informationsdienstleistungen‘ (1999). <http://www.bmbf.de/299.htm> (23.4.02)

Zunächst wird das Landesspracheninstitut NRW mit seinen Teilinstituten und seinem satzungsgemäßen Auftrag vorgestellt. Im Folgenden werden die Zielgruppen des Japonicums eruiert und ihre speziellen Informationsbedürfnisse herausgearbeitet.

Nach Klärung der Fragen WER (Zielgruppen) und WAS (Themenspektrum) wird das WIE des Internetauftrittes (Form und Ausführung) durchdacht. Hierzu dient die Sichtung unterschiedlicher Realisierungsformen von Webauftritten im Wissenschaftsbereich, wobei ein Schwerpunkt in der Darstellung der aktuellen Diskussion um Portalkonzepte liegt. Ein Blick auf offene Fragen und Überlegungen zu Zukunftstrends bilden die Grundlage für den sich anschließenden Entwurf eines eigenen Webangebots.

Kapitel 4 beschreibt die erste Stufe der Realisierung, bei der ein Pool von relevanten Internetquellen für einen Teil des Themenspektrums angelegt wird. Hierfür werden zum einen die Informationsangebote aller universitären Japanologien in Deutschland untersucht und bewertet. Ausgehend davon wird darüberhinaus eine Liste weiterer Institutionen zusammengestellt, die für die Zielgruppen relevante Informationen vermuten lassen.

Im Anschluss werden Eckdaten für die konkrete Gestaltung der Website nach inhaltlichen und formalen Gesichtspunkten erarbeitet und somit weitere Kriterien zusammengetragen, die für die erste Umsetzung des Angebotes in Form einer Linksammlung notwendig sind. Das Themenspektrum wird in einer ersten Systematik kategorisiert.

Eine Vorstellung der nächsten Schritte bildet den letzten Teil der Arbeit. Da das erarbeitete Konzept in seiner Grundstruktur im Sinne der „Corporate Identity“ auch für die Webangebote der anderen drei Teilinstitute Arabicum, Russicum und Sinicum des LSI einsetzbar sein soll, soll mit einer Mitarbeiterumfrage die Akzeptanz des Entwurfs geprüft, Anregungen eingearbeitet und die Umsetzung eigener Webangebote angeregt werden.

Um die frequente Nutzung des entworfenen Webangebots zu gewährleisten, sind Aktualisierung und Pflege der Inhalte, Qualitätskontrolle und Öffentlichkeitsarbeit wichtige Themen, die im Rahmen dieser Arbeit allerdings nur gestreift werden können.

Den Abschluss bildet das Skizzieren der Erweiterung des Webangebotes um neue Dienstleistungen, um mittelfristig die gesamte Funktionalität eines Internetportals zu erreichen.



## 2 Das Landesspracheninstitut NRW (LSI)

Im Jahr 1993 wurden unter der Dachorganisation des Landesspracheninstituts Nordrhein-Westfalen (fortan LSI) zwei bis dahin eigenständige universitätsübergreifende Bochumer Einrichtungen zusammengeführt: das 1973 gegründete „Lehrinstitut für die Russische Sprache“ (Russicum) und das 1980 eröffnete „Landesspracheninstitut für Arabische, Chinesische und Japanische Sprache“. Den unter der Dachorganisation LSI im Sinne der Satzung selbständig arbeitenden Teilinstituten des heutigen LSI, dem Arabicum, Japonicum, Russicum und Sinicum, sind jeweils kleine Spezialbibliotheken angegliedert, die den Informationsbedarf von Institutsangehörigen und Kundenkreis bedienen.<sup>2</sup>

Die zentralen Aufgaben des LSI sind insbesondere unter zwei Aspekten zu betrachten: seinem bildungspolitischen und seinem kulturpolitischen Auftrag. Die Unterrichtsangebote des Russicums basierten ursprünglich auf der Idee, dem wissenschaftlichen Nachwuchs durch die Sprachvermittlung in kompakten Intensivkursen Chancengleichheit mit Studienanfängern etwa der Anglistik oder Romanistik zu bieten. Heute sind neben der Erweiterung um die oben genannten Sprachen die Ziele deutlich weiter gesteckt. Praxisbezogene und flexibel gestaltete Weiterbildungsangebote sollen neben Studierenden und Wissenschaftlern insbesondere Berufstätigen aus Wirtschaft und Politik das nötige sprachliche Know-how für einen erfolgreichen Einstieg in wirtschaftliche und politische Kontakte vermitteln.

Der kulturpolitische Auftrag des LSI, in den 70er Jahren als „Leistung eines Beitrags zur Völkerverständigung“<sup>3</sup> formuliert, besitzt seine Entsprechung in der „Vermittlung von interkultureller Kompetenz“. Mit seinem ganzheitlichen Verständnis vom Lerngegenstand Sprache besteht das Konzept des LSI nicht nur in der Ausbildung von linguistischen Kenntnissen in Bereichen wie Wortschatz und Grammatik, sondern setzt einen Fokus auf das Verstehen der kulturellen Eigenheiten anderer Sprachgemeinschaften und die Vermittlung von aktiven Fähigkeiten, um sich innerhalb einer fremden Gesellschaftsstruktur angemessen zu bewegen. Neben den Sprachkursen sind in den letzten Jahren daher spezielle Kurse zur Vermittlung von interkultureller Kompetenz entwickelt worden.

Mit der zusätzlichen Konzeption von Kursen für weitere Sprachen wie Ivrit, Koreanisch und Polnisch oder auch hochspezialisierten Angeboten wie Arabisch, Chinesisch, Japanisch und Russisch für Bibliothekare oder das im Herbst 2001 gestartete Weiterbildungsangebot für Dozenten für Japanisch als Fremdsprache füllt das LSI immer wieder Lücken in der Bildungslandschaft, die gar nicht oder nicht in ausreichender Form und Qualität besetzt sind.

Neben Konzeption und Durchführung von Fort- und Weiterbildungsangeboten hat sich eine weitere Aufgabe für die Mitarbeiter des LSI herauskristallisiert. Die thematische Spezifik der Angebote, die Form als Intensivkurs sowie der Anspruch auf Integration modernster Methoden in Didaktik und Technologie machte die Entwicklung eigener Kursmaterialien nötig.<sup>4</sup>

Ein Institut wie das LSI, das eine hochspezialisierte Nische auf dem bundesdeutschen Bildungsmarkt besetzt, muss aufgrund seiner organisatorischen Selbständigkeit rasch auf veränderte Marktsituationen reagieren können. Um dabei den hohen Qualitätsanspruch auf

---

<sup>2</sup> Informationen zu Institut und Angeboten sind unter <http://www.lsi-nrw.de> abrufbar. Der Internetauftritt des Instituts wird im Frühjahr / Sommer 2002 vollkommen neugestaltet.

<sup>3</sup> Pleines (1998), S. 20.

<sup>4</sup> Die Veröffentlichung der zweiten Lehrbuchstaffel des LSI, z.T. mit interaktiver CD-ROM, ist zur Buchmesse 2002 angekündigt. Eine Demoversion des vom Japonicum entwickelten multimedialen Lernprogramms für die japanische Schrift findet sich unter der Instituts-URL (s. Anm. 2)

wissenschaftlichem Niveau, die Aktualität und damit die Wettbewerbsfähigkeit seiner zahlreichen Dienstleistungsangebote zu gewährleisten, kann die Einrichtung der Bibliothek als Informationsdienstleister in erheblichem Ausmaß beitragen. Ziel ist die zeitnahe und aktuelle Versorgung aller Entscheidungsträger, Mitarbeiter und Kunden mit ausgewählten Informationen, die auch netzbasierte Ressourcen mit einschließen, um dem technischen, medialen und kulturellen Wandel gerecht zu werden

## **2.1 Die Zielgruppen des LSI / Japonicum**

Nachdem im vorigen Abschnitt die vielfältigen Aufgaben des Gesamtinstituts skizziert worden sind, sollen nun im ersten Schritt zur Entwicklung eines Informationsangebots im WWW die Zielgruppen eines Teilinstituts genau beleuchtet werden, um zur Ausarbeitung eines klaren Benutzerprofils zu gelangen. Darüber hinaus werden Überlegungen angestellt, ob es im Interesse des Trägers liegt, den Personenkreis über diese primäre Zielgruppe hinaus zu erweitern und darüber nachzudenken, wie eine solche Gruppe zu definieren und zu erreichen ist.

Da ich selbst die verantwortliche Bibliothekarin des Japonicums bin, wird zunächst die von mir zu versorgende Zielgruppe eruiert. Im Anschluss wird hypothetisch ein erweiterter Interessentenkreis für dieses Teilinstitut vorgeschlagen. Die Ausarbeitung für das Japonicum wird den anderen Teilinstituten zur Verfügung gestellt und kann dort als Grundlage dienen, ein eigenes spezifisches Nutzerprofil auszuarbeiten.

### **2.1.1 Die Dozenten**

Der feste Mitarbeiterstab des Japonicums besteht aus drei vollzeitbeschäftigten Dozenten und dem Institutsleiter, der neben seinen Leitungsaufgaben die Lehrtätigkeit im Rahmen einer halben Stelle wahrnimmt. Aus der Sicht der Informationsversorgung ebenfalls hier zuzuordnen ist der oder die in einem Turnus von ein bis zwei Jahren wechselnde Gastdozent/in von einer japanischen Partneruniversität. Von diesen fünf „Vollzeit-Dozenten“ sind zur Zeit drei japanische Muttersprachler.

Das Anforderungsprofil der Dozenten beinhaltet Kenntnisse des Japanischen und des Deutschen auf sehr hohem Niveau und die wissenschaftliche Qualifikation im Bereich der (kontrastiv-) linguistischen und (inter)kulturellen Analyse sowie im pädagogisch-didaktischen Bereich.<sup>5</sup> Darüber hinaus wird ein hohes Maß an sogenannten *soft skills* vorausgesetzt. Dazu gehören soziale und kommunikative Kompetenz wegen ständig wechselnder, in Alter und Bildungsgrad unterschiedlicher Kursteilnehmergruppen, große Flexibilität wegen unüblicher Dienstzeiten und Mobilität für Auslandseinsätze oder In-House-Trainings bei Firmen und nicht zuletzt die dazugehörige Motivation und Belastbarkeit.

Zusätzlich kann das Institut auf einen Pool von etwa zehn freiberuflichen Dozenten zurückgreifen (zu 95% japanische Muttersprachler), die bei hohen Kursteilnehmerzahlen für die Dauer des jeweiligen Kurses angestellt werden. Hier werden die gleichen hohen Qualifikationen wie bei den Festangestellten erwartet.

Um weitere Parameter für das Nutzerprofil und den speziellen Informationsbedarf der Mitarbeiter des Japonicums zu erarbeiten, werden im Folgenden ihre Tätigkeiten im Einzelnen aufgelistet.

---

<sup>5</sup> Pleines (1998), S. 24

- Konzeption der Unterrichtstypen: Sprachkurse (vier Niveaus), Kurs Interkulturelle Kompetenz, Japanisch für Bibliothekare, Weiterbildung für Japanischdozenten
- Konzeption der Unterrichtsinhalte
- Durchführung der Kurse
- Konzeption und Ausarbeitung aller eingesetzten Lehrmaterialien (Projekte im Bereich E-Learning und Distance Learning sind geplant)
- Veröffentlichungen im Bereich Japanisch als Fremdsprache (JaF) und Fremdsprachendidaktik
- Besuch von und Vorträge auf Fachtagungen

### 2.1.2 Die Kursteilnehmer

Zunächst sollte die von einer Dozentin des LSI zusammengestellte Statistik mit Angaben zu Alter, Ausbildung und Beruf als Grundlage zur Ausarbeitung des Kursteilnehmerprofils dienen.<sup>6</sup> Ziel war die Gewinnung aussagekräftiger Informationen zur Konzipierung von Themenspektrum und -tiefe sowie zum Niveau des Webangebotes.

Bei genauerer Überlegung wurde jedoch klar, dass einige der Parameter für die gestellten Fragen wenig aussagekräftig sind. Die Altersangabe etwa lässt keinerlei Rückschlüsse auf Niveau und inhaltliche Gestaltung des Internetangebotes zu. Informationen zu Ausbildung und Beruf der Kursteilnehmer zeigen zwar eine grobe Richtung auf, lassen aber die für die hier gestellte Aufgabe wichtigste Frage nach der individuellen Motivation für die Kursteilnahme und persönlichen Interessen im Japankontext unbeantwortet.

Diese Lücke konnte glücklicherweise mit Hilfe von weiteren Japonicum-internen Daten geschlossen werden. Um mit einer erfolgreichen Leitung der Gruppen das Gelingen der höchst arbeitsintensiven Kurszeit zu erreichen, müssen die Dozenten möglichst schnell persönlichen Kontakt zu jedem ihrer Schüler herstellen. Daher werden seit Jahren die Motive und Ziele der Kursteilnehmer bei Anmeldung abgefragt. Diese Informationen, die ergänzend zur o.g. Statistik ebenfalls über den Zeitraum von 1996-2000 zusammengefasst wurden, können nun auch nutzbringend für die Gestaltung des kundenorientierten Webangebotes eingesetzt werden.<sup>7</sup>

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Zielgruppe der Kursteilnehmer in allen untersuchten Aspekten stark heterogen ist. Das Spektrum der Berufstätigen reicht von Fach- und Führungskräften aus Wirtschaft, Medienvertretern, Korrespondenten und Diplomaten über Gärtner, Schreiner und Köche bis hin zu Künstlern, Designern und Architekten. Schwerpunkte der Studierenden sind Wirtschafts-, Ingenieurs- und Naturwissenschaften. Auch der Bereich Jura ist relativ häufig vertreten.

Die Ziele und Motivation der Kursteilnehmer decken sich im Bereich Japanisch lernen. In den meisten Fällen ist ein längerer Studien- bzw. Arbeitsaufenthalt geplant. Die individuellen Interessen sind breit gefächert.

---

<sup>6</sup> Zeitraum der Erhebung: 1996 – 2000. Die Tabelle ist im Anhang auf S. 51 beigelegt.

<sup>7</sup> Zeitraum der Erhebung: 1996 – 2000. Die angefertigte Statistik ist im Anhang auf S. 52 beigelegt.

Die Unterschiede zur Statistik von Dohi hinsichtlich der Gesamtzahl der Teilnehmer ergeben sich aus der Tatsache, dass Dohi nur die Teilnehmer der Grundkurse, Ogasa zusätzlich die Teilnehmer der Aufbau- und Mittelkurse berücksichtigt hat.

### **2.1.3 Weitere Nutzer**

Um das Webangebot auch als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit nutzen zu können, sollte versucht werden, über die primären Zielgruppen hinaus auch folgende Personenkreise zu erreichen. Das sind zum einen potentielle Kunden, die gezielt nach Informationen zur modernen japanischen Sprache mit den Schwerpunkten des praxisorientierten Lernens und/oder Tipps für eine Japanreise oder –aufenthalt suchen. Zum anderen sollten Kollegen und verwandte Institute als frequente Nutzer der Internetsammlung gewonnen werden. Die Erweiterung der bisherigen bibliothekarischen Dienstleistung um ein bequem online verfügbares und hochwertiges Angebot kann hier einen Beitrag leisten, um in Fachkreisen das Renommé des Instituts als innovatives Zentrum der Vermittlung von Japanisch als Fremdsprache und interkultureller Kompetenz zu steigern.

### **2.1.4 Nutzerprofil und Versorgungsniveau**

Zusammenfassend ergibt sich ein sehr heterogenes Bild: zwei primäre und eine sekundäre Zielgruppe sind mit Informationen auf unterschiedlichen Niveaus zu versorgen.

- Die Dozenten, die mit ihren vielfältigen Aufgaben einen hochspezialisierten Bedarf an wissenschaftlichen Informationen haben, stellen einen klar umrissenen Personenkreis dar.
- Die Gruppe der Kursteilnehmer ist schwerer zu fassen: unterschiedlicher Bildungshintergrund, unterschiedlicher Kenntnisstand des Japanischen, unterschiedlich gelagerte Interessen und infolgedessen Informationsbedarf auf unterschiedlichen Niveaus von Hobby bis hochspezialisierter fachlicher Ausrichtung.
- Externe Nutzer wie Dozenten für Japanisch als Fremdsprache, Lernende des Japanischen auf unterschiedlichen Niveaus und Interessierte an landeskundlichen Japaninformationen, die im Grunde genommen die beiden primären Zielgruppen auf externer Ebene widerspiegeln.

## **2.2 Das Themenspektrum**

Nach der genauen Herausarbeitung der Zielgruppen und des Niveaus des Informationsbedarfs soll im nächsten Schritt das Themenspektrum des Informationsangebots eingegrenzt und mit den erforderlichen Niveaustufen verknüpft werden.

Für diese Studie liegt folgender Idealfall vor: spezielles Fachwissen und hohe Informationskompetenz sind in einer Person vereinigt. Die Autorin war bzw. ist im Laufe ihrer Ausbildung zur Japanologin und ihrer Berufstätigkeit als Japanischdozentin u.a. im Japonicum selbst Mitglied jeder der eruierten Zielgruppen. Aufgrund der Mitarbeit im Lehrbereich besteht sehr gute Kenntnis des Informationsbedarfs für die Zielgruppe der Dozenten. Die unterschiedlichsten Fragen zur japanischen Sprache, Kultur und Bevölkerung von Seiten der Kursteilnehmer sind aus eigener Erfahrung ebenso bekannt wie aus langen Jahren der Auskunftstätigkeit in der Bibliothek des Japonicums. Daher darf der erste Entwurf des Themenspektrums für das Internetangebot als fundiert gelten.

### 2.2.1 Themenkatalog für die Zielgruppe Dozenten

Um ihre vielfältigen Aufgaben erfolgreich zu bewältigen, müssen die Dozenten mit hochspezialisierten Fachinformationen in den folgenden Bereichen versorgt werden. Dabei können Internetquellen in deutscher, japanischer und englischer Sprache zur Verfügung gestellt werden. In den mit \* markierten Bereichen sollte das Angebot umfassend und detailliert sein.

- **Sprachwissenschaft**
  - Grundlagenforschung Japanologie (Lexik, Grammatik, Schrift, Phonologie...)
  - Kontrastive Studien zum Sprachenpaar Japanisch/Deutsch\*
- **Sprachlehrforschung\***
  - Japanisch als Fremdsprache (Grundlagen, Lehrmaterialien)
  - Methoden der Fremdsprachendidaktik  
(Suggestopädie, direkte Methode, audiovisuelle Methode, kognitive Methode, Superlearning, Verbo-Tonale Methode, Silent way)
  - Angewandte Kommunikationsforschung
  - Einsatz moderner Technologien (Multimedia, E-Learning, Distance-Learning)
  - Methoden der Lehrmittelerstellung
- **Aktuelles**
  - Tagespresse, Online-Radio, JS-TV (japanisches Satellitenfernsehen)
- **Interkulturelles**
  - Studien zu Japan/Deutschland\*
  - andere
- **Weiterbildung**
  - Japanisch, Deutsch
  - Multimedia\*
  - Didaktik\*
- **Informationen zur Fachwelt\***
  - Fachverbände JaF im In- und Ausland
  - Expertenlisten
  - Fachtagungen, Symposien etc.
  - Japanologie an deutschen Universitäten
  - andere relevante Institutionen
  - Mailinglisten, Foren
- **Fördermöglichkeiten\***
  - Japan Foundation
  - Bundesministerium für Bildung und Forschung
  - Deutsche Forschungsgesellschaft
  - weitere
- **Werkzeugkasten**
  - Online-Lexika\*
  - Software zur Darstellung japanischer Schriftzeichen
  - weiteres
- **Neuerscheinungen**
  - Buchhandel
  - Internetressourcen

Nach einer Umfrage und Diskussion des oben entwickelten Themenkataloges unter den Dozenten des Japonicums konnte das Spektrum um folgende Punkte erweitert bzw. in den Bereichen Sprachwissenschaft und Sprachlehrforschung detaillierter formuliert werden:

- Sprachpsychologie, Psycholinguistik
- Lerntheorie, Lernpsychologie
- Evaluation von Sprachfähigkeiten

### **2.2.2 Themenkatalog für die Zielgruppe Kursteilnehmer**

Eindeutig sind hier nur folgende gemeinsame Interessen: das Erlernen der japanischen Sprache, das Erwerben interkultureller Kompetenz und Informationen zur Vorbereitung eines kurzen oder längeren Japanaufenthaltes. All diese Informationen sollten auf praxisorientiertem Niveau angeboten werden, möglichst in deutscher Sprache, wobei die Anzahl auf einige wenige herausragende Angebote beschränkt sein sollte. Eine Subkategorie kann unter dem Titel ‚weitere Links‘ den Interessierten Quellen darüber hinaus angeben, die allerdings nicht mehr annotiert werden sollten.

Informationen zu diversen Themen und Fachbereichen sollten sowohl auf wissenschaftlichem als auch auf praxisnahe Niveau angeboten sein, wobei englische Seiten berücksichtigt werden können.

- **Japanisch Lernen**
  - Online-Lexika
  - Online-Sprachkurse
  - Tandem-Partner
  - Tools wie Schriftzeichen etc.
  - Buchtipps
  - Sprachschulen
  - Sprachtests
- **Landes- und Reiseinformationen**
  - Benimm-Regeln
  - Studium in Japan
  - Arbeitsaufenthalt in Japan
  - Einreise, Visum etc.
  - Langzeitaufenthalt
  - Touristische Informationen
- **Stipendien, Praktika, Jobs**
- **aktuelle kulturelle Themen, Tagesgeschäft**
  - News, Medien
  - Kulturveranstaltungen in Deutschland
  - TV-Tipps
- **Suchdienste und Mailinglisten**
  - Mailingliste / Chatroom der Kursteilnehmer
  - Japan-Listen
  - Spezielle Foren (z.B. der Gesellschaft für Japanstudien)
  - Japan-Suchdienste

- **Informationen zu diversen Japanthemen**
  - auf allgemeinem Niveau
    - Sushi und Co.
    - Bonsai / Ikebana / Teezeremonie
    - Fussball-WM 2002 in Japan und Korea
    - Film, Comics
    - weitere
  - auf wissenschaftlichem Niveau
    - Naturwissenschaften (Chemie, Physik, Biologie)
    - Umweltforschung
    - Wirtschaft
    - Jura
    - weitere
- **Neuerscheinungen**
  - Buchmarkt
  - Onlinequellen

Um nicht unnütz Serverplatz zu belegen, muss über eine sinnvolle Verknüpfung bzw. Verlinkung der Themenbereiche nachgedacht werden, die für beide Zielgruppen relevant sind wie etwa ‚Aktuelles‘ oder ‚Werkzeugkasten‘.

### **2.2.3 Themenkatalog für die Zielgruppe Weitere Nutzer**

Da die Zielgruppe Weitere Nutzer sich einzig durch ihre Nichtzugehörigkeit zum bzw. fehlende Bindung an das Institut unterscheidet, auf inhaltlicher Ebene jedoch nicht von den beiden primären Zielgruppen abweicht, sind hier keine zusätzlichen Überlegungen und kein Mehraufwand an Arbeitskraft und -zeit notwendig. Einzig die Öffentlichkeitsarbeit zur Erreichung der externen Interessenten muss konzipiert werden.

## **3 Linksammlung oder Internetportal?**

Nach Herausarbeiten der Zielgruppen und ihrem spezifischen Informationsbedarf stellt sich im Folgenden die Frage nach der Form und der Ausführung des Webangebotes.

Bei der Überlegung, die Dienstleistungen der Bibliothek des Japonicums um das Bereitstellen von elektronischen Ressourcen und anderen via Internet verfügbaren Dienstleistungen grundlegend zu erweitern, wurde zunächst das Erarbeiten einer fachspezifischen, gut strukturierten und annotierten Linksammlung ins Auge gefasst.

Das erste Prüfen der Fachliteratur und Recherchen im Internet selbst rückten jedoch eine zunächst unüberschaubare Fülle von Bezeichnungen ins Blickfeld, unter denen wissenschaftliche Informationsangebote heute im Internet präsentiert werden. Um einen Überblick zu erhalten, soll zunächst die Entwicklung von Informationsdiensten im Netz skizziert werden.

### 3.1 Linksammlung, Clearinghouse, Subject Gateway und Co.

Durch die explosionsartige Entwicklung des Internet seit etwa zehn Jahren und seinen Möglichkeiten ist für jedermann das Publizieren von jedweder Informationen ebenso wie der Zugriff darauf weltweit von jedem PC mit Netzverbindung aus möglich geworden. Die chaotisch gewachsenen Strukturen des Internet führten bald zu einem *information overload*: der enorme Datenbestand ist als ungeordnete Masse zwar existent, aber in den meisten Fällen nicht zu nutzen, da in seiner unsystematischen Form unauffindbar. Dieses Problem führte zum Entstehen der ersten Generation von Suchmaschinen, die dem Nutzer das Auffinden der gesuchten Informationen überhaupt ermöglichen sollten.

Trotz zahlreicher Weiterentwicklungen der Suchwerkzeuge mit immer weiter verfeinerten Suchoptionen, dem Aufkommen von Webkatalogen mit der Einschränkung der Suche nach Kategorien oder der Entwicklung der Metasuchmaschinen ist der Benutzer, der i.d.R. nicht auf WWW-Recherche spezialisiert oder in Retrieval-Techniken und -strategien ausgebildet ist, oft hoffnungslos verloren: entweder löst er bei einer ungünstig formulierten Suchanfrage förmlich eine Flut an Informationen aus oder erreicht gar keine Treffer. Dies sind sicherlich zwei extreme Situationen, die jedoch selbst im Wissenschafts- und Forschungsbereich, für den Aktualität an spezifischen Informationen unabdingbar sind, keine Seltenheit darstellen. So wird immer stärker die Notwendigkeit deutlich, die Informationskompetenz der Studierenden und Wissenschaftler durch spezielle Schulungsangebote besser auszubilden.<sup>8</sup>

Parallel dazu wird eine Optimierung der Informationsangebote und -dienstleistungen gefordert. Denn auch bei einer überschaubaren Menge an recherchierter Information bleibt immer noch die Frage nach der Qualität dieser Information und danach, ob man wirklich alles Relevante zum Thema gefunden hat. Die freie Recherche im gesamten Internet ist somit eine extrem zeitaufwendige Angelegenheit, die oft trotz viel Mühe nicht den gewünschten Output an Information in Qualität und Umfang ergibt.

Aus diesem Grund sind von Informationsspezialisten im Wissenschaftsbereich Überlegungen angestellt worden, die fachwissenschaftliche Seite des Internet für ein wissenschaftliches Publikum zu erschließen. Ein strukturiertes, validiertes und ständig aktualisiertes Angebot an netzbasierten Fachinformationen soll den Kunden die zeitaufwendige und oft unbefriedigende Suche im Internet erleichtern. Der große Bedarf nach Information zu Inhalt, Niveau, Qualität, Zuverlässigkeit und Autorenschaft von Internetquellen führte so zur Entstehung zahlreicher, mehr oder weniger strukturierter fachwissenschaftlicher Informationsangebote mit unterschiedlicher Themenbreite und -tiefe.<sup>9</sup>

Solche intellektuell zusammengestellten Sammlungen, die themenbezogenes und strukturiertes Informationsretrieval erlauben, sind unter zahlreichen Bezeichnungen publiziert worden. Nur einige Beispiele seien hier genannt: Linksammlung, Clearinghouse, (Subject) Gateway, Subject oder Resource Tree, Virtuel bzw. Electronic Library, Elektronische und Digitale Bibliothek, Internetsammelstellen und deren Äquivalente in anderen Sprachen.

---

<sup>8</sup> So die Ergebnisse zweier Studien, die vom Bundesministerium für Bildung und Forschung in Auftrag gegeben wurden:

· Studie zur Nutzung elektronischer wissenschaftlicher Informationen an deutschen Hochschulen.

Der Endbericht 2001 ist unter <http://www.stefi.de> einzusehen.

· Zukunft der wissenschaftlichen und technischen Information in Deutschland : Ergebnisse der empirischen Untersuchungen über das Informationsverhalten von Wissenschaftlern und Unternehmen.

Der Zwischenbericht Oktober 2001 ist einzusehen unter

[www.dl-forum.de/print/Foren/Strategiekonzept/ErsteErgebnisse1/Stellungnahme2/StellungnahmenDatei.pdf](http://www.dl-forum.de/print/Foren/Strategiekonzept/ErsteErgebnisse1/Stellungnahme2/StellungnahmenDatei.pdf)

<sup>9</sup> Auf die mit der gleichen Intention entwickelten fachspezifischen Suchmaschinen wie die Projekte GERHARD oder EULER wird hier nicht eingegangen.



Zusätzlich zu der verwirrenden Fülle der Bezeichnungen existieren keine Definitionen und einheitlichen Konzepte für die Art und Weise der Erschließung, Aufbereitung und Repräsentation von Informationsquellen. 1997 stellen Rusch-Feja und Bertelmann in einem Sonderheft der Zeitschrift BuB einen Überblick über strukturierte Informationsangebote vor und nennen folgende Bedingungen für die Konzeptionierung eines wertvollen netzbasierten Informationsangebotes:<sup>10</sup>

- Strukturierung der Inhalte
- auf die Nutzergruppe abgestimmte Tiefe und Breite der Strukturierung
- Annotationen zu Inhalt und fachlichem Niveau der Quelle
- Suchmaschine für die angebotenen Inhalte
- weitere Suchmöglichkeiten in Registern, nach Schlagwörtern oder Klassifikationen
- Indexierung nach (inter)nationalen Fachklassifikationssystemen, Aufbereitung mit Metadaten wie etwa den Dublin Core Metadaten<sup>11</sup>
- Aktualität der Quellen
- Kontinuität der Pflege
- Integration diverser Quellen wie Bibliothekskataloge, Verzeichnis wissenschaftlicher Institutionen, spezielle Expertenlisten, Übersichten zu amtlichen Publikationen etc.

In den Folgejahren sind unzählige kostenlose und auch kostenpflichtige Fachinformations-Angebote im Internet publiziert worden, wie etwa ein Blick auf die entsprechenden Linksammlungen der Universitätsbibliotheken oder auch die Liste in einer Publikation von Hans Hehl zeigt.<sup>12</sup> Mit der Zunahme der Internetangebote ging allerdings keine Weiterentwicklung der theoretischen Seite einher. Fragen zur Klärung von Terminologie und Definition sind nicht wesentlich vorangetrieben worden. So erschien vier Jahre nach der Veröffentlichung von Rusch-Feja und Bertelmann im Juni 2001 der abschließende Forschungsbericht ‚Evaluierung von Subject Gateways des Internet‘ in der Reihe ‚Kölner Arbeitspapiere zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft‘, die „durch Analyse bereits realisierter Subject Gateways die Verwendungsvielfalt des Begriffs auf[zu]zeigen und zu einer Präzisierung der Begriffsbildung bei[zu]tragen“<sup>13</sup> soll. Jedoch kommt es hier weder zu einer Definition noch zur eigenen Herausarbeitung von Merkmalen. Vielmehr wird zur „Präzisierung der Begriffsbildung“ lediglich die Zusammenfassung eines Aufsatzes von Traugott Koch, Wissenschaftlicher Bibliothekar an der UB Lund / Schweden, aus dem Vorjahr zitiert.<sup>14</sup>

Dort gibt Koch einen aktuellen Überblick über Arten und Typen, schlägt Arbeitsdefinitionen und Typologisierungsschemata vor und listet bestehende Dienstleistungsangebote und Projekte auf.<sup>15</sup> Verdienst seines Beitrags ist die Zusammenstellung einer neuerlichen Fülle von zum Großteil synonym eingesetzter Begriffe wie ‚resource discovery system‘, ‚information gateway‘, ‚subject service‘ oder auch ‚hub‘ und ‚portal‘, und die Vorstellung einiger Projekte wie z.B. das britische EEVL (Enhanced and Evaluated Virtual Library),<sup>16</sup> bei denen verschiedene Informationsangebote zu einem Fachgebiet unter einer einheitlichen Suchmaske zusammengeschlossen und bequem parallel recherchierbar sind. Zudem bietet er im Anhang eine strukturierte Liste von 55 Fachinformationsangeboten (Stand Dezember

---

<sup>10</sup> Bertelmann / Rusch-Feja (1997), S. 72

<sup>11</sup> Information zur Dublin Core Metadata Initiative (DCMI) unter <http://dublincore.org> (28.4.02)

<sup>12</sup> Hehl (2001), Linkliste unter <http://www.kulturserver.de/home/hhehl/connect/bibdat.htm> (24.4.02)

<sup>13</sup> Kaizik / Gödert / Oßwald (2001), S. 3

<sup>14</sup> Koch (2000), S. 24

<sup>15</sup> ebd., S. 26

<sup>16</sup> <http://www.eevl.ac.uk/> (28.4.02)

1999). Über diese Deskription des aktuellen Entwicklungsstandes der in Quantität und Größenordnung erweiterten netzbasierten Fachinformationsdienste hinaus bietet Kochs Beitrag jedoch keine Bereicherung zu den Arbeiten Rusch-Fejas und anderer hinsichtlich Typologisierung und Begriffsklärung. Zudem scheint die seit 1998 in internationalen BuD-Fachkreisen stattfindende Diskussion über funktionale Erweiterung der Webangebote mit Personalisierungsoptionen, Fachforen, Applikationen zur Evaluierung etc. und somit der Trend vom reinen Informationsmanagement hin zu Wissensmanagement an Koch vorbeigegangen zu sein.<sup>17</sup>

An einigen Beispielen auf nationaler Ebene soll der Stand der Dinge in Deutschland kurz beleuchtet werden.<sup>18</sup>

Das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderte Projekt WEBIS<sup>19</sup> ist ebenfalls ein vielversprechender Ansatz, der auf eine Verteilung der Aufgaben abzielt. Dort sind die Sondersammelgebiets-Bibliotheken der DFG aufgelistet, recherchierbar nach Fach, Region, DFG-Index und Bibliotheken. Per Hyperlink gelangt man zu den Homepages der entsprechenden Bibliotheken, die ihren OPAC online anbieten und in Zusammenarbeit mit anderen Institutionen webbasierte Fachinformationsdienste zu ihren Sondersammelgebieten entwickeln sollen.<sup>20</sup>

Ein wertvoller Beitrag als Sammelstelle für bibliotheks- und informationsbezogene Quellen ist das „Clearinghouse für bibliothekarische Internetquellen des Deutschen Bibliotheksinstituts“, das mit Schließung des DBI 1999 ruhte, jedoch nun von Jürgen Plieninger an der UB Tübingen weiter betreut wird.<sup>21</sup>

Noch im Aufbau befindet sich das von der ebenfalls von der DFG geförderte Projekt ‚Virtuelle Fachbibliothek‘, die unter einem zentralen Einstieg alle deutschen virtuellen Fachbibliotheken zugänglich machen soll.<sup>22</sup> Derzeit sind 14 Einzelprojekte dort versammelt.

Das regionale Projekt FINT,<sup>23</sup> ein Informationsdienst der Fachhochschulen in NRW und Bayern, scheint als Gesamtprojekt gescheitert zu sein. Einige Fachgruppen wurden offensichtlich nie bearbeitet, einige Links wie der zu ‚Biologie und Medizin‘ sind tot und letzte Bearbeitungen liegen z.T. weit zurück, wie etwa bei Land-, Ernährungs- und Forstwirtschaft im Jahr 2000. Somit besitzt FINT als Gesamtprojekt keine Bedeutung.

Die sicherlich interessante Untersuchung darüber, ob und inwieweit Überschneidungen der drei letztgenannten Projekte mit dem Projekt WEBIS und dessen Zielsetzungen festzustellen sind, kann an dieser Stelle nicht stattfinden.

---

<sup>17</sup> Zur aktuellen Diskussion siehe die Kapitel 3.2 ff, S. 15 ff

<sup>18</sup> Ich beziehe mich hier nur auf Fachinformationssammlungen, nicht auf die Formen allgemein ausgerichteter digitaler Bibliotheken wie die der Verbünde.

<sup>19</sup> <http://webis.sub.uni-hamburg.de/> (9.4.02)

<sup>20</sup> Hier muss angemerkt werden, dass die Angebote der Sondersammelgebiets-Bibliotheken sehr unterschiedlich sind. Gut gelungen ist die Fachinformation Psychologie (FIPS) der Saarländischen ULB Saarbrücken, SSG Psychologie, während die Staatsbibliothek zu Berlin, Preußischer Kulturbesitz mit dem Sondersammelgebiet Ostasien keine webbasierten Angebote macht. Überdies verzeichnet deren Online-Katalog japanischsprachige Titel erst ab 1996.

<sup>21</sup> <http://lux.ub.uni-tuebingen.de/ch/> (26.4.02)

<sup>22</sup> <http://virtuellefachbibliothek.de> (9.4.02)

<sup>23</sup> <http://www.fhb.fh-dortmund.de/fint/fintindex.htm> (10.4.02)

Parallel zu diesen Großprojekten sind auch zahlreiche Spezialbibliotheken im Rahmen ihres Auftrags damit beschäftigt, die Informationsversorgung ihrer Klientel um den Bereich der elektronischen Quellen zu erweitern. Das Ziel hierbei kann nicht darin bestehen, alle fachlich relevanten Internetquellen zur Verfügung zu stellen, sondern nur die aktuell benötigten.

Nach wie vor gibt es keine einheitlichen Parameter für Definition und Typologie von Webangeboten für den Wissenschaftsbereich. Ein als ‚Linksammlung‘ bezeichnetes Angebot kann qualitativ höchst wertvoll sein, während sich unter der Bezeichnung ‚Quality-controlled Subject Gateway‘ im schlimmsten Fall ein nur gering gehaltvolles Angebot verstecken kann, bei dem sich die Qualitätskontrolle in der simplen ad-hoc Auswahl aus zufälligen Funden zu einem Thema im Internet erschöpft. Die bestehenden wertvollen Webangebote, wie auch immer sie benannt sind, themengebunden unter einheitlichen Oberflächen zu sammeln und dort retrievalsfähig zu machen ist ein erfolgversprechender Weg, bereits Geleistetes zu bündeln.

Obwohl Subject Gateways insgesamt noch ein sehr junges Hilfsmittel des Information Retrieval bilden,<sup>24</sup> erreichen neue Entwicklungen und Trends im Bereich des Internet allgemein und insbesondere des E-Commerce auch die Wissenschaftslandschaft: Personalisierung, Wissensmanagement und Portalkonzept.

### 3.2 Portale

Im Internet zeigen sich seit Mitte der 90er Jahre insbesondere im Zusammenhang mit dem E-Commerce neue Trends, die 1998 auch den Wissenschaftssektor in den USA erreichten. In der Diskussion um Auftritte und Dienstleistungsangebote im Internet tauchten im Zusammenhang mit zusätzlichen Serviceleistungen wie Personalisierung und Wissensmanagement neue Konzepte wie das der MyLibrary und des Portals auf, die seit etwa 2000 auch in Deutschland im Wissenschaftsbereich und Informationssektor diskutiert werden.<sup>25</sup>

So erschien im September 2000 das nfd-Themenheft „Portale“, in dessen Editorial Helmut Voigt formuliert:

„Portale im Internet sind ein Schlagwort. Aber sie sind auch viel mehr. Sie sind der derzeit erfolgversprechendste Ansatz, aus dem „Flohmarkt“, als der sich das Internet heute darstellt, mehr oder minder exklusive „Informationskaufhäuser“ zu generieren.“<sup>26</sup>

So stand der 91. Deutsche Bibliothekartag 2001 unter dem Motto: *Bibliotheken – Portale zum globalen Wissen*. Dort wurden in Diskussionsrunden Definitionen und Anforderungen, Trends, Perspektiven, technische Anforderungen und internationale Entwicklungen diskutiert.<sup>27</sup>

So erschien in den USA im Januar 2001 unter dem Titel *portal – libraries and the academy* eine neue von Bibliothekaren für Bibliothekare herausgegebene Fachzeitschrift,<sup>28</sup> in deren

---

<sup>24</sup> Kaizik / Gödert / Oßwald (2001), S. 63

<sup>25</sup> Veröffentlichungen zum Thema Portal sind im Literaturverzeichnis der vorliegenden Arbeit angeführt. Auf Vollständigkeit ist hier nicht abgezielt.

<sup>26</sup> Voigt (2000), S. 323

<sup>27</sup> Überblick über die Ereignisse gibt Rützel-Banz (2001)

<sup>28</sup> [http://muse.jhu.edu/journals/portal\\_libraries\\_and\\_the\\_academy/](http://muse.jhu.edu/journals/portal_libraries_and_the_academy/) (17.2.02)

erster Nummer ein White Paper unter dem Titel „The Case for creating a scholars portal to the Web“ veröffentlicht wurde.<sup>29</sup>

So wird im Juni 2002 auf der 7. Internationalen ISKO Konferenz in Granada ein Diskussionsforum zu „Gateways, Clearinghouses and Portals in the Social Sciences“ mit dem Ziel stattfinden, internationale Ansätze zu WWW-Linkangeboten zusammenzubringen.<sup>30</sup>

Und so steht auch die 69. IFLA-Konferenz 2003 in Berlin unter dem Motto „Bibliothek als Portal: Medien – Information – Kultur“. Auf der Homepage zur Konferenz werden allein 54 Projekte sowie 6 aktuelle Veranstaltungen zum Thema Portale genannt.<sup>31</sup>

Was jedoch ist genau unter dem Schlagwort Portal im allgemeinen zu verstehen. Und was insbesondere im Zusammenhang mit WWW-Angeboten für den Wissenschaftsbereich? Ein Blick ins Internet bei der Suchmaschine Google ist erwartungsgemäß erschlagend: die Suchanfrage „web portal“ ergibt rund 578.000 Treffer, die engere Suche nach „library portal“ ergibt immerhin noch 1.380 Hinweise, „bibliothek portal“ etwa 60 Verweise und „scholar portal“ noch 25 Treffer.<sup>32</sup>

Bei einer solchen Fülle der Webangebote muss mit starker Heterogenität gerechnet werden, und auch Krämer stellt fest: „Portal ist nicht gleich Portal. Es gibt keine einheitliche Definition und von kommentierten Linklisten bis hin zu Internet-Marktplätzen ist alles vertreten.“<sup>33</sup>

Eine Aussage, die an die Ergebnisse des vorigen Kapitels erinnert: auch die bestehenden zahlreichen Webangebote unter anderer Bezeichnung sind in ihrer Heterogenität und Fülle dem ungeordneten Charakter des Mediums Internet entsprechend.

Zu recht spricht Hermann Rösch, Professor an der Kölner Fachhochschule im Fachbereich Bibliotheks- und Informationswesen, von einem inflationären Gebrauch des Begriffs „Portal“:

„Die internetspezifische Bedeutung freilich, die mittlerweile im Kontext von betrieblichem Wissensmanagement und wissenschaftlicher Kommunikation adaptiert wurde, ist in Gefahr, der epidemischen Verbreitung des Portalbegriffs und marktstrategisch motiviertem Etikettenschwindel zum Opfer zu fallen.“<sup>34</sup>

In Aufsätzen und auf Vorträgen wirbt Rösch seit etwa zwei Jahren dafür, dass in der Entwicklung von Wissenschaftsportalen die Chance besteht, die tragende Infrastruktur für den veränderten Informations- und Kommunikationsbedarf der Wissenschaften bereitzustellen. Bibliotheken und Bibliothekare als Informationsspezialisten können diese wichtige Rolle erfüllen, wenn sich zu einem frühem Zeitpunkt der Entwicklung gewisse Standardisierungen durchsetzen und die webbasierte Informationsversorgung der Wissenschaft mit Unterstützung der öffentlichen Träger auf nationaler Ebene konzipiert wird.

Und diesmal stehen die Zeichen günstig: die bibliothekarische Gemeinde hinkt dem neuen Trend zeitlich kaum hinterher, wie in den folgenden Kapiteln deutlich wird.

---

<sup>29</sup> Campbell (2001)

<sup>30</sup> Informationen zur Tagung unter <http://is.gsdeis.ucla.edu/orgs/isko/news.html>

<sup>31</sup> Homepage zur Ifla-Konferenz: <http://www.dl-forum.de/Veranstaltungen/IFLA2003.html> (21.3.02)

<sup>32</sup> Durchgeführt am 21.3.02

<sup>33</sup> Krämer (2001), im Kapitel ‚Fazit‘

<sup>34</sup> Rösch (2001a), S. 237

Die Sichtung der aktuellen Portaldiskussion in den einschlägigen nationalen und internationalen Medien hat ergeben, dass Rösch mit zwei seiner Publikationen den derzeit umfassendsten, systematischsten und zukunftsweisendsten Beitrag zur Portalthematik leistet.<sup>35</sup> Er trägt damit maßgeblich zur Klärung der Begrifflichkeiten und zur Typologisierung bei. Noch kaum überschaubar sind die Möglichkeiten für Forschung und Entwicklung im globalen Wettbewerb, die Rösch anskizziert, sollten Informationsportale unter optimalen Bedingungen realisiert werden können.

Im Folgenden werden Röschs Aussagen zu Entwicklung, Definition und Typologie zusammenfassend dargestellt. Chronologisch schildert er die Entwicklung des Portalkonzepts zunächst im Internet allgemein und dann im Unternehmenssektor, um im Anschluss eine Portalkonzeption für den Wissenschaftsbereich herauszufiltern. Ganz im Sinne der Kundenorientierung beleuchtet Rösch viele Bereiche aus der Perspektive des Informationssuchenden. Ergänzend werden konkrete Argumente für Portalkonzepte z.B. aus der Sicht des Bibliothekars genannt und diskutiert, wie sie beispielsweise die Amerikaner Morgan und Lakos / Gray<sup>36</sup> anführen.

### 3.2.1 Entwicklung des Portalkonzepts

Im allgemeinen Sprachgebrauch wird der Begriff „Portal“ im Sinne eines „architektonisch verzierten Tors“<sup>37</sup> benutzt und ist im Englischen als „a door, gate, or entrance, esp. one of imposing appearance, as to a palace“<sup>38</sup> definiert.

In internetspezifischen Online-Lexika sind Portaldefinitionen zu finden, allerdings durchgängig nur im Internet und (E-)Business-Kontext, deren Hauptcharakteristika hier zusammenfassend dargestellt werden:

„Gateway to the Internet; starting point for web surfing; offering a search engine; provide free commonly used services, hierarchical, topical directory; added features like news headline, synonymous with gateway.“<sup>39</sup>

Eine Wissenschaftsportal-spezifische Definition ist im lexikalisierten Bereich noch nicht zu finden. Rösch formuliert hier folgenden Vorschlag als Diskussionsgrundlage:

„Konzeption zur Erschließung von Informationsräumen, gemeinsam mit der Übernahme verschiedener Funktionen des Wissensmanagements“.<sup>40</sup>

Der internetspezifische Portalbegriff ist in drei Sektoren zu beobachten: im Internet allgemein, in Unternehmen und in der Wissenschaft. Um die heutige Diskussion im Rahmen der Informationsversorgung der Wissenschaft besser nachvollziehen zu können, wird die Entwicklung der Portalkonzepte zunächst chronologisch nachgezeichnet.

---

<sup>35</sup> Rösch (2001a) und (2001b)

<sup>36</sup> Morgan (2000) und Lakos / Gray (2000)

<sup>37</sup> Wahrig (1986), S. 1004

<sup>38</sup> Webster (1994), S. 1120

<sup>39</sup> vgl. die Definitionen in 9 PC- und Internet Fachlexika im WWW unter <http://www.onelook.com/cgi-bin/cgiwrap/bware/dofind.cgi?word=portal> (21.3.02)

<sup>40</sup> Rösch 2001b, S. 8

### 3.2.2 Internet - vom anonymen Suchwerkzeug zum persönlichen Suchportal

Der erste Betreiber im Internet, der seine Funktionalitäten bahnbrechend erweiterte, war Yahoo! im Jahr 1996. Die neue Möglichkeit der Personalisierung der Einstiegsseite mit MyYahoo! schien offenbar so erfolgversprechend, dass nach weiteren Suchmaschinen auch Browserhersteller und Service-Provider im Folgejahr Personalisierungsfunktionen implementierten. Erst 1998 jedoch, als von Software-Firmen die ersten Business-Portal-Konzepte vorgestellt wurden, wurde mit Funktionen wie der Personalisierung der Begriff des Portals verknüpft. Neben den o.g. drei Anbietergruppen bieten heute auch Medienkonzerne personalisierbare Webdienste an.

Warum sind solche Erweiterungen nötig geworden, und welche Vorteile bieten sie Betreibern und Benutzern? Um sich im Informationsdschungel des Internet zurechtzufinden, wurden Anfang der 90er Jahre Suchmaschinen, Web-Kataloge und Hybrid-Suchwerkzeuge ins Netz gestellt. Diese führen den Informationssuchenden die benötigten Informationen kostenlos zu. Die Betreiber dieser Suchwerkzeuge arbeiten selbstverständlich nicht uneigennützig. Die Nutzer selbst sind der Marktfaktor, um den es geht. "It's the old trick," wie Stalder betont, "if you cannot sell to the audience, sell the audience [...]. Replicating this model is what 'portals' are all about."<sup>41</sup>

Suchmaschinen und Web-Kataloge finanzieren sich und ihr Angebot einzig durch Werbeeinnahmen. Die Anzahl der Sichtkontakte, Nutzer, Clicks auf Werbebanner oder die Verweildauer u.a. waren dabei bis Mitte der 90er Jahre die einzigen Kriterien zur Kostenberechnung.<sup>42</sup> Ähnlich wie bei Werbung in den traditionellen Medien wie Fernsehen und Zeitschrift waren solch anonyme Daten wenig dazu geeignet, gezielte Werbemaßnahmen durchzuführen. Marketingkampagnen waren daher auf eine breite Masse ausgerichtet, nur relativ wenige Einzelpersonen wurden tatsächlich erreicht. Bei diesen sogenannten Business-to-Public-Konzepten (B2P) ist die Zielgruppe „Jedermann“ und die Intention liegt im Absatz von Produkten durch Werbung.

Im Kampf um Marktanteile, Kunden und Werbeeinnahmen wurden Wege gesucht, das Webangebot sowohl für die Kunden als auch für die Werbepartner attraktiver zu gestalten. Neben reiner Navigation und Suche wurden neue Dienste installiert, als deren wichtigste die Personalisierungsfunktion gilt.

Die Vorteile für den Benutzer liegen auf der Hand: neben den primären Such- und Orientierungswerkzeugen im WWW wird ihnen eine Fülle von Erweiterungen geboten. Jeder kann sich eine persönliche Einstiegsseite in das Internet gestalten, die er selbst seinem speziellen Informationsbedarf angepasst hat. Das heißt, er kann aus dem Angebot von Links, die z.B. MyYahoo! ihm in Kategorien quasi in Büffetform anbietet, sein eigenes Menü zusammenstellen und zusätzlich mit einer Auswahl weiterer kostenloser Anwendungen wie Email, Adressbücher, automatisierter Nachrichtendienste etc. würzen. Darüber hinaus kann die persönliche Homepage mit einer Auswahl an Chatrooms und Foren als Kommunikationskanal dienen.

Die personalisierte Seite soll den ersten Einstiegspunkt ins Internet darstellen, das gute Gefühl vermittelt, dass alles, was man benötigt, einen festen Platz hat und direkt zu benutzen ist. Auf

---

<sup>41</sup> Stalder (1999), Kapitel 'The rise of portals'

<sup>42</sup> Detaillierte Aufzählung der Kriterien bei Rösch (2001a), S. 238



diese Weise soll der Kunde dazu gebracht werden, möglichst häufig und lange bei einem bestimmten Anbieter zu verweilen. Diese „Anhänglichkeit“ wird in der Literatur als „Stickiness-Faktor“ bezeichnet. Hier greifen zwar schon die ohne Personalisierung möglichen anonymen Parameter wie etwa Zahl der Seitenabrufe oder Verweildauer. Mit einer Personalisierung, bei der dem Nutzer private Daten entlockt werden, wird jedoch das Erstellen eines detaillierten Nutzerprofils möglich. Der Betreiber kann seinen Werbepartnern nun einen bis zu einem bestimmten Grad gläsernen Kunden - und damit einen wertvolleren Werbeplatz - anbieten und höhere Einnahmen erzielen. Durch verschiedene technische Möglichkeiten kann mithilfe der Personalisierung das Verhalten des einzelnen Kunden genau analysiert werden: was sucht eine individuelle Person, was sind ihre Interessen im Einzelnen, welche Hobbys werden angegeben.

Mithilfe dieses automatisch generierten, individuellen Nutzerprofils wird für den werbenden Geschäftspartner gezieltes Produkt-Marketing möglich. Instrumente sind dabei das Keyword-based Advertising, welches das Einblenden eines bestimmten Werbebanners auslöst, wenn ein verwandter Suchbegriff eingegeben wird. Oder auch direkte Marketingkampagnen per Email über die beim Portal hinterlegten Interessensprofile und Email-Adressen.<sup>43</sup>

Weiteres Ziel ist der direkte Nutzen der Werbung durch möglichst online über das Portal getätigte Käufe, an denen der Portalbetreiber wiederum prozentual beteiligt sein kann. Die so erzielten Gewinne werden als Transaction Fee bezeichnet. Somit findet ein Übergang vom reinen Werbemedium zum E-Marktplatz statt.

Hoch waren die Erwartungen an den wirtschaftlichen Erfolg der Portalkonzepte. Wie haben sie sich bisher bewährt? Haben sich die hohen Investitionskosten rentiert?

Umfassende Nutzungsanalysen hierzu stehen noch aus. Eine im März 2002 vorgenommene Stichprobe renommierter Suchmaschinen und Webkataloge sowie Browser-Homepages hat ergeben, dass auf den englischsprachigen Seiten die Funktion *personalize* bzw. *customize* angeboten wird, auf etwa 50 Prozent der entsprechenden deutschen Seiten jedoch noch nicht.<sup>44</sup> Hier kann nur vermutet werden, dass die Resonanz auf die Personalisierungsfunktion im anglo-amerikanischen Sprachraum bisher noch nicht den Erwartungen entspricht. Ich denke jedoch, dass die nächste Generation, für die der Umgang mit IT-Technik bereits von klein auf eine Selbstverständlichkeit ist, Personalisierungsoptionen (oder deren nächste Entwicklungsstufen) als bequemen Standard erwarten werden. Denn schon heute bietet etwa der Schulbuchverlag Cornelsen auf seiner Homepage mit der Option ‚Mein Learnetix‘ diesen Service für seine jungen Kunden.<sup>45</sup>

### **3.2.3 Wirtschaft - von Intranet und Website zum Unternehmensportal**

Mitte 1998 sprachen Softwareanbieter zum erstenmal vom „Corporate Portal“. Kurze Zeit später war dieses Thema weitverbreiteter Schwerpunkt der IT-Fachzeitschriften, und unter den synonym eingesetzten Begriffen wie Corporate, Business, Vertical oder Information Portal bzw. Unternehmensportal werden seither anhand verschiedener Modelle Entwicklungsmöglichkeiten, Chancen und Mehrwert für die Geschäftswelt propagiert.

---

<sup>43</sup> s. Anm. 42

<sup>44</sup> Ausgewählt wurden: Google, Yahoo!, Lycos, AltaVista, AllTheWeb, Northern Light, Netscape, Excite, AOL, CompuServe

<sup>45</sup> <http://www.cornelsen.de> (unter der Kategorie ‚Schülerinnen und Schüler‘) (20.4.02)

Das Portalkonzept kann als eine Weiterentwicklung der Intranetidee betrachtet werden. Das Intranet wird derzeit als Instrument des unternehmensinternen Informationsmanagements und auch internen Marketings eingesetzt. Der Zugang ist hierbei den Mitarbeitern vorbehalten, welche mithilfe des jederzeit möglichen Zugriffs auf Informationen und Anwendungen, die ihnen übertragenen Aufgaben schnell und in hoher Qualität bewältigen können. Somit dient das Intranet der Sicherung von Wettbewerbsvorteilen und Standorten und stellt somit einen deutlichen Mehrwert für das Unternehmen dar.

Aus anderer Perspektive kann das Portalmodell als Ablösung der bisherigen Unternehmens-Website angesehen werden, das die herkömmlichen Wege des Marketings über die traditionellen Medien um den Kanal des WWW erweitert.

Obwohl Intranetkonzepte noch kaum flächengreifend in Unternehmen und Organisationen etabliert sind, erfordern notwendige spezifische Anpassungen für die sich schnell wandelnden Anforderungen des Businessbereichs sowie die Veränderung und Beschleunigung der Kommunikationskultur durch immer neue technische Möglichkeiten die Erweiterung der Funktionen des Intranets und des Webauftritts der Unternehmen.

Ziele dabei sind zum einen die zeitnahe Nutzung von Information durch Bereitstellung, Zusammenführung, Verdichtung und Analyse von Daten sowie die Initiierung von Kommunikation und Generierung von Expertenwissen. Zum anderen wird die Optimierung der Kundenwerbung und -betreuung via Internet angestrebt. Dies soll durch zielgruppenorientierte Werbeaktionen wie dem 1:1-Marketing oder anderen individuell ausgerichteten Serviceangeboten geschehen.

Zusätzliche Kernfunktionalitäten, die ein Unternehmensportal als Weiterentwicklung von Intranet, Extranet oder Website auszeichnen, sind die der Personalisierung und des Wissensmanagement. Analog zu den Personalisierungsdiensten der Suchmaschinen und Webkatalogen können sich Mitarbeiter, Geschäftskunden und -partner individuelle Einstiegsseiten ins Unternehmensnetz einrichten. Neben der so erreichten Vermeidung von Überflutung mit unnötigen Informationen werden die relevanten Ressourcen z. B. durch gezielte Alert- und Push-Dienste direkt zugeführt. Dies beschleunigt die Handlungsfähigkeit, erhöht Output und Qualität der Arbeit und verbessert die Arbeitsorganisation. Dadurch, dass Portale alle Informationen und Anwendungen in einer für den Mitarbeiter sinnvoll aufbereiteten Form bereitstellen, wird er von der Aufgabe der Informationssuche befreit und kann den Blick auf die wesentlichen Bestandteile seiner Tätigkeit lenken. Durch Angebote, die dem Mitarbeiter lästige Alltagstätigkeiten abnehmen, steigern sie zudem die Motivation.

Die im Portal integrierten Instrumente des Wissensmanagements bewirken, dass aus dem Rohstoff der nackten Information durch automatische und / oder kooperative Weiterverarbeitung Wissen generiert wird. Dazu dienen vorrangig Werkzeuge zur Identifizierung von Expertenwissen und Unterstützung von Arbeitsprozessen.

Das Modell des Unternehmensportals beinhaltet unterschiedliche Portaltypen, die - jeweils auf eine Zielgruppe ausgerichtet - als Einstieg in einen bestimmten Bereich dienen:

Das **B2C-Portal** (Business-to-Customer) macht den öffentlichen Bereich eines Unternehmens oder einer Organisation zugänglich. Primäre Zielgruppe sind hier alle Käufer und potentielle Käufer von Produkten, aber auch mögliche künftige Geschäftspartner. Ziel dieses Portals sind Marketing und Absatz. Auf dem Hintergrund der Personalisierung sind aktuelle Trends



beispielsweise die laufende Kundenbetreuung über das Webportal (ECC oder *Electronic Customer Care*), basierend auf der Anwendung CRM (*Customer Relationship Management*). Das **B2B-Portal** (Business-to-Business) stellt den nur für Geschäftskunden und -partner geöffneten Bereich eines Unternehmens dar. Zielgruppe sind hier Lieferanten, Geschäftskunden und andere Partner. Intention des Portaleinsatzes ist die Vereinfachung und Beschleunigung der Geschäftsabläufe durch Bereitstellen von Informationen und Anwendungen für Workflow-Funktionalitäten. Darüber hinaus dient es Marketingzwecken.

Mit **B2E-Portal** (Business-to-Employee) wird der nichtöffentliche Bereich eines Unternehmens oder einer Organisation bezeichnet. Zielgruppe sind hier die Mitarbeiter des Unternehmens. Es dient dem Informations- und Wissensmanagement und initiiert und moderiert durch bereitgestellte Kanäle die interne Kommunikation.

Wenn als Idealfall im Konzept des Unternehmensportals alle B2x-Typen integriert sind, kann man insgesamt von einer Ablösung der Formen Website, Extranet und Intranet sprechen. Allerdings stecken die Entwicklungen auch hier noch in den Kinderschuhen. Seit 1999 wird Portalsoftware im Rahmen von B2E-Portalen erstmals von Großunternehmen wie Siemens oder BMW intern eingesetzt. Die Erweiterung mit den seit 2000 entwickelten zusätzlichen Portalvarianten und den damit zusammenhängenden (welt)weiten Verknüpfungen stellt jedoch ein sehr komplexes Unterfangen dar, dessen Umsetzung und erfolgreicher Einsatz sicherlich erst mittelfristig zu erwarten ist. Selbst Softwarehersteller sind noch nicht über das Stadium des B2E-Portal hinaus, wie ein Blick in ein White Paper von Hewlett Packard Deutschland zeigt. Bei der Umsetzung des hausinternen Portalkonzeptes befindet man sich nach Implementierung eines ‚Informationsportals‘ (im Sinne eines Intranet mit Aggregation von Inhalten) und ‚Mitarbeiterportals‘ (mit zusätzlichen Funktionalitäten im Bereich Informationsmanagement) technisch gesehen erst auf der dritten Stufe: Integration unterschiedlicher Applikationen und Plattformen bis hin zu mobilen Anwendungen.<sup>46</sup>

### 3.2.4 Wissenschaft - von der Linksammlung zum Wissenschaftsportal

Was bringt die Adaption des zunächst für den Internet- und Unternehmensbereich entwickelten Portalkonzepts an die spezifische Wissenschaftsumgebung mit sich? Welche Möglichkeiten erschließen Funktionalitäten wie Personalisierung und Wissensmanagement Nutzern und Anbietern von webbasierten wissenschaftlichen Informationsdienstleistungen? Welche Probleme gibt es bei der Umsetzung dieser Konzepte? Zunächst sollen die Motive für die Erweiterung bisheriger Angebote um neue Funktionalitäten erläutert und die anvisierten Ziele herausgearbeitet und aufgelistet werden.<sup>47</sup>

In der Literatur werden zahlreiche Gründe genannt, warum es gerade für wissenschaftliche Bibliotheken überlebensnotwendig ist, ihre Angebote und Dienstleistungen stetig zu aktualisieren und dabei die Möglichkeiten voll auszuschöpfen, die neue Informationstechnologien bieten.

Der wichtigste Grund liegt unbestreitbar im veränderten Informations- und Kommunikationsbedarf des Wissenschaftsbereichs. Die Menschen benutzen heute das Internet für alle denkbaren Aktivitäten wie Informationssuche, Kommunikation, Einkauf, Unterhaltung usw. Sie wollen auch mit einer Bibliothek bequem online interagieren können. Wie in anderen Lebensbereichen erwarten sie hier ebenso Personalisierung und Interaktivität

---

<sup>46</sup> Dobiéy (2001), S. 14

<sup>47</sup> Im Wesentlichen nach den Aufsätzen von Lakos / Gray (2000), O’Leary (2000), Ghaphery / Ream (2000), Ketchell (2000)

der Internetangebote verbunden mit kundenorientierter Betreuung und leichtem Zugang zu Informationsspezialisten, falls weitere persönliche Beratung gewünscht wird. Nur durch die Integration von wertvollen Diensten ins Internet, verknüpft mit dem Angebot einer Infrastruktur für Informations- und Wissensmanagement können Bibliotheken aus dem Inseldasein, in dem sich die meisten befinden, ausbrechen und den Wettbewerb mit kommerziellen Anbietern wie z.B. ASKJeeves und Webhelp.com in den USA bzw. Infotrieve und Infoball in Deutschland aufnehmen, die Dokumentenrecherche und -lieferung sowie individuelle Benachrichtigungsdienste anbieten. Damit könnten sie weiterhin als unverzichtbares Glied bei der Unterstützung von Forschung und Lehre fungieren.

Die Integration bibliothekarischer Dienstleistungen in die Arbeitsabläufe von Wissenschaftlern, Lehrenden und Lernenden sollte spätestens dann stattgefunden haben, wenn die nächste Generation die Stufe der höheren bzw. universitären Ausbildung erreicht. „Ignoring this fundamental fact will make libraries irrelevant.“ befürchten Lakos und Gray.<sup>48</sup>

Ein optimal in thematischer und zielgruppenorientierter Ausrichtung gestaltetes Informations- und Dienstleistungsangebot stellt auch im Wissenschaftsbereich eine enorme Zeitersparnis für den Kunden dar. Dies wird gewährleistet durch Verbesserung der Recherchemöglichkeiten, Filterung und Evaluierung relevanter Ressourcen aller Art und aktive gezielte Informationsversorgung.

Die Vorteile für den Anbieter dieser Dienstleistung liegen darin, die Bibliotheken und ihre Dienstleistungen besser ins Licht zu setzen und eine Steigerung der Benutzungsfrequenz zu erzielen. Ein möglichst hoher Grad der Automatisierung bestimmter Abläufe gewährleistet auch für den Bibliothekar ein großes Maß an Zeitersparnis, womit sichergestellt wird, dass er sich auf Inhalte und nicht zuletzt auf die Qualität seiner Dienstleistungen insbesondere bei der persönlichen Kundenberatung konzentrieren kann.

Welcher Mehrwert ergibt sich durch Portalkonzepte für die konkrete Tätigkeit des Informationsspezialisten? Seine Aufgabe liegt nicht in der technischen Entwicklung oder Betreuung der Software. Diese muss auch für ihn so benutzerfreundlich gestaltet sein, dass der Bibliothekar sich auf die Sammlung und Aufnahme der Inhalte, deren Strukturierung und Aufbereitung und auf die aktive individuelle Kundenbetreuung und Nutzerschulung konzentrieren kann. Enge Zusammenarbeit mit Fakultäten oder Vertretern der zu versorgenden Zielgruppen verbessern die Kenntnis über den Informationsbedarf. Außerdem besteht aufgrund der Personalisierung die Möglichkeit, wertvolle detaillierte Daten für Erwerbsprofil und Bestandsaufbau zu erhalten.

### **3.2.4.1 Einige Beispiele**

In den USA wurden die Möglichkeiten, die die neuen Portalkonzepte bieten, von innovativen Bibliothekaren mit nur kurzer zeitlicher Verzögerung erkannt und erste Umsetzungen bereits Mitte 1998 in Angriff genommen. In Anlehnung an MyYahoo! wurde dabei die Bezeichnung MyLibrary geprägt.

Die erste Veröffentlichung zum Thema Personalisierung bibliothekarischer Webangebote stellt Mitte 1998 ein Aufsatz von Eric Lease Morgan, Mitarbeiter der North Carolina State University Libraries dar.<sup>49</sup> Darin bemängelt er, dass bislang einzig die herkömmlichen Paradigmen der bibliothekarischen Dienste des Sammelns, Sortierens und Bereitstellens in ein

---

<sup>48</sup> Lakos / Gray (2000), im Kapitel ‘Library Portals’

<sup>49</sup> Morgan (1998)

neues Medium verlagert wurden, ohne alle Möglichkeiten, die im Potential der neuen Technologien liegen, auszuschöpfen. Um seine eigene Sammlung und auch den Service besser nutzbar zu machen, suchte er nach Möglichkeiten, die Funktionalitäten seines Angebotes zu erweitern.

Auf nur zwei Seiten skizziert Morgan ein eindrucksvolles Szenario, das die Herzen des Bibliothekars und seines Kunden höher schlagen lässt: ein an den möglichen Stellen automatisiertes, personalisierbares Webangebot mit interaktiven und dynamischen Elementen, kombiniert mit diversen Unterstützungen: kurze oder ausführliche Hilfetexte und ein Bibliothekar in persona, erreichbar via Email oder in Echtzeit per Telefon, Videoverbindung oder ganz klassisch mit einem Besuch in der Bibliothek. Seit Mitte 1998 bietet die von Morgan selbst konstruierte MyLibrary@NCState einen Teil dieser Dienste an.<sup>50</sup>

Morgans Hauptziele waren Reduktion der Informationsflut via personalisierter Einstiegsseite durch die Auswahl aus dem vorgegebenem Angebot und Verbesserung der Dienstleistungen, wobei der Bibliothekar z.B. per Mausclick die Suchstrategie des Kunden einsehen und gezielte Hilfestellung geben kann.

Fast zeitgleich und ebenso pragmatisch war das Herangehen an der Virginia Commonwealth University. Dort konnte das Komitee zur Überarbeitung und Neudesign des Webangebotes der Bibliothek nicht zu einer Einigung auf inhaltlicher Ebene gelangen. Als Lösung dieser Probleme schlug ein Mitglied vor: „Why do not let the users create their own interface?“<sup>51</sup> So gelangte man an der mit der Entwicklung der VCU My Library<sup>52</sup> zu einer ähnlichen Lösung wie Morgan, wobei hier das Hauptaugenmerk auf Benutzerfreundlichkeit des Angebotes lag. Weitere Charakteristika sind: personalisierbare Auswahl an Datenbanken und Serviceleistungen, Anlegen von eigenen Bookmarks, personalisierbare Suchoptionen (z.B. in OPAC und E-Zeitschriften), eine MyJournals-Kollektion von E-Zeitschriften und Alert-Services für neue Dienstleistungen des Anbieters.

Das MyLibrary-Konzept ist bis heute in den USA an zahlreichen Universitätsbibliotheken eingeführt worden.<sup>53</sup> Die schnelle Verbreitung war u.a. dadurch möglich, dass die zur Umsetzung erforderliche Software als Freeware von drei Anbietern zur Verfügung gestellt worden ist und eine Help-Adresse und Mailingliste den neuen MyLibrarians Unterstützung gibt.<sup>54</sup>

Bibliotheksportale mit Personalisierungsfunktionalitäten im Sinne der MyLibrary-Angebote gibt es in Deutschland noch nicht. Rösch stellt fest, dass mit dem neuen Portalbegriff im Wissenschaftsbereich noch keine Erweiterung der bisherigen Informationsangebote einhergegangen ist. Vielmehr werden sie zumeist synonym zu Begriffen wie Virtuelle Bibliothek etc. eingesetzt, wie etwa das Beispiel der Fachportale Bielefeld zeigt. Und auch das Library-Portal der UNESCO, um die Jahreswende 2000/2001 der Öffentlichkeit zugänglich gemachte Informationsdrehscheibe für die internationale Fachgemeinde der

---

<sup>50</sup> ebd., S. 41

<sup>51</sup> Ghaphery / Ream (2000), in der Einleitung

<sup>52</sup> <http://www.library.vcu.edu/mylibrary> (20.4.02)

<sup>53</sup> Eine Auflistung der MyLibraries gibt Ketchel (2000) im Anhang ihres Aufsatzes

<sup>54</sup> So bietet Morgan die Software der MyLibrary@NCState, in der Hauptsache die Kombination einer relationalen Datenbank mit CGI-Script, unter <http://hegel.lib.ncsu.edu/development/mylibrary> mit und einem ‚Sandkasten zum ausprobieren‘ an. Eine weitere Downloadmöglichkeit ist unter <http://my.lib.ncsu.edu> zu finden, eine in Zusammenarbeit mehrerer Universitäten entwickelte Open-source-Software. Eine dritte Portallösung, entwickelt von der Bostoner JA-SIG-Gruppe, für Universitäten frei zugänglich, ist unter <http://www.ja-sig.org> abzurufen

Bibliothekare und Informationsspezialisten selbst, geht nach Röschs Ansicht nicht viel weiter. In einer Rezension legt Oßwaldt, ein Kollege Röschs an der FH Köln, zwar nicht dessen hohe Messlatte für das UNESCO-Portal an. Jedoch bemängelt er das Fehlen von Personalisierungsmöglichkeiten beim Aufruf der Portalseiten durch individuelle Voreinstellungen. Ebenso fehlt es an Möglichkeiten zur themenspezifischen Auswahl von Benachrichtigungen sowie Links zu kommerziellen Angeboten.<sup>55</sup>

Allerdings sind mittlerweile neue Ansätze zu erkennen. So verfügt etwa das Projekt ‚Regionale Datenbank-Information‘ (ReDI)<sup>56</sup> in Baden-Württemberg, ein zentrales Angebot von bibliographischen, Fakten- und Volltextdatenbanken, über die Möglichkeit, das gesamte Informationsangebot zu personalisieren.<sup>57</sup> Ebenso stellt die Digitale Bibliothek NRW Personalisierungsoptionen und Profildienste in Aussicht.<sup>58</sup>

Konsistentes und systematisches Vorgehen lässt das Subject Portals Project (SPP) erkennen, das auf eine systematische Erweiterung der bisher gut entwickelten nationalen Subject Gateways in Großbritannien abzielt. Die Implementierung ausgefeilter Suchmöglichkeiten innerhalb der angebotenen Informationsräume, zusätzliche Dienstleistungen mittels Personalisierung oder die Bereitstellung von Kommunikationskanälen versprechen eine integrierte Serviceumgebung nach modernstem Maßstab. Das Teilprojekt SOSIG scheint hierbei am weitesten vorangeschritten zu sein.

Ein Blick über das reine Bibliotheksportal hinaus soll zukünftige Entwicklungen vorstellen. In den USA wird von großen Softwareanbietern der campusweite Einsatz von Portalkonzepten propagiert. Die spezielle Situation der Universitäten dort mit ihren unternehmensähnlichen Strukturen zeigt Nähe zum Konzept des Corporate Portal. Die durch gelungenes Informations- und Wissensmanagement möglichen Wettbewerbsvorteile scheinen hier weitaus überzeugender zu wirken als an europäischen Universitäten. Looney stellt folgende Komponenten heraus:

“[...] the value of a portal to a campus is that it can be used to *engage* constituent groups, *empower* them with access to information resources and communication tools, and ultimately *retain* them by providing a more encompassing sense of membership in an academic community.”<sup>59</sup>

Röschs Kritik an der reduktionistischen Verwendung des Portalbegriffs ist zwar begründet, allerdings scheint es mir notwendig darauf hinzuweisen, dass der Entwicklungsstand in den anglo-amerikanischen Ländern nicht direkt mit der Situation in Deutschland verglichen werden darf. Zu unterschiedlich sind allein politische und institutionelle Strukturen. Auch bietet ein bereits erreichtes hohes Niveau der Informationsversorgung auf nationaler Ebene wie die gut entwickelten Subject Gateways in England eine bessere Ausgangssituation für eine erfolgreiche Weiterentwicklung der Angebote als die eher traurige Bilanz von zunächst erfolgversprechenden Ansätzen wie WEBIS oder FINT, die nach einer ersten Anschubphase offenbar ins Stocken geraten sind.

Auch muss betont werden, dass in Deutschland die Diskussion nur mit wenig zeitlicher Verzögerung eingesetzt hat, betrachtet man die Tatsache, dass auch im Internet- und Unternehmensbereich die Umsetzung des Portalkonzeptes noch in den Anfängen steckt. Ein Aufsatz wie der Röschs kann die Diskussion in der bibliothekarischen Gemeinde

---

<sup>55</sup> Oßwaldt (2001)

<sup>56</sup> <http://www.re-di-s.belwue.de/index.php>

<sup>57</sup> Oberknapp / Ruppert (2001), S. 52

<sup>58</sup> Kostädt (2001), S. 27

<sup>59</sup> Looney (2000), S. 33

vorantreiben, damit in Zukunft die breite Informationsversorgung auch mit netzbasierten Ressourcen von Einrichtungen öffentlicher Trägerschaft gewährleistet wird und nicht an kommerzielle Anbieter verloren geht. Hier müssen die Träger stärker für ihre Aufgabe sensibilisiert werden, damit das Grundrecht auf freien Zugang auch zu webbasierter Information gewährleistet bleibt.

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) haben mit den beiden Studien zu Nutzung und Zukunft wissenschaftlicher und technischer Information wertvolle Grundlagen geschaffen.<sup>60</sup> Weiter unterstützt werden nationale und internationale Projekte zur Standardisierung und Optimierung der Informationsversorgung, wie ein Blick auf die Projektinformationen der Deutschen Bibliothek, des Bundesministeriums für Bildung und Wirtschaft und der DFG zeigen. Der Entwicklungsstand der einzelnen Projekte ist bei Stefan Körnig nachzulesen.<sup>61</sup>

### **3.2.4.2 Die neun Kernfunktionalitäten**

Wie schon weiter oben erwähnt, wird auch im Wissenschaftsbereich der Begriff Portal ganz beliebig eingesetzt. Rösch u.a. sprechen je nach Qualität der Webangebote von Schein- oder Blendportalen (*portalwannables*). Durch was jedoch zeichnen sich „echte Portale“ aus? Ausgehend von den Funktionalitäten beschreibt Rösch als erster systematisch und umfassend neun Kernfunktionen, die als Qualitätsmerkmale zur Abgrenzung dienen könnten. Sie werden im Folgenden dargestellt und im Anschluss kommentiert.

#### **1. Einheitlicher Einstiegspunkt**

Über das Anwählen einer einzigen Website soll der Nutzer auf einen Blick das angebotene Dienstleistungspaket erfassen können, das aus einer Kombination von Datenbanken, Dienstleistungen und Anwendungen besteht. So können alle Bereiche einer Bezugseinheit, seien es die einer gesamten Universität, einer kleinen Spezialbibliothek oder einer wissenschaftlichen Disziplin, von einer Oberfläche aus angesteuert werden.

#### **2. Simplizität**

Unabdingbar ist die benutzerfreundliche Gestaltung der Portale. Dazu gehört der selbsterklärende Zugang durch bereits vertraute Strukturen, der die unkomplizierte Handhabung aller angebotenen Dienste ermöglicht. Unterstützt wird dies durch optimale Navigation, die sich ebenso wie zusätzliche Tools z.B. zur Erstellen eigener Homepages etc. an den Standards verbreiteter Internetbrowser orientiert. Die Anpassungszeiten der Benutzer bleiben damit gering, der Kunde muss nicht langwierig neue Strukturen und Techniken erarbeiten, sondern gelangt bequem und schnell zum Rechercheziel oder zur Benutzung der Anwendungen.

#### **3. Möglichst leistungsfähige Suchwerkzeuge**

Die Kombination unterschiedlicher Suchoptionen verspricht genau wie die traditionelle Verknüpfung von intellektueller Sacherschließung und formaler Katalogisierung die erfolgversprechendste Recherchestrategie mit den befriedigendsten Ergebnissen zu sein. So soll alphabetisch mit einer Suchmaschine gesucht werden können (*search*) und auch thematisch innerhalb von Kategorien (*browse*). Weitere Verbesserung ergibt die Spezifizierung der Suche nach Dateityp (Foto, Audio, Video etc.) oder Dokumentart (Objektpläne, Preprints, E-Journals etc.) mittels verschiedener Werkzeuge.

---

<sup>60</sup> vgl. Anm. 8, S. 12

<sup>61</sup> Körnig (2002)

#### **4. Aggregation großer Informationsmengen**

Die zeitgemäße Erweiterung des klassischen Bestandsaufbaus liegt in der Bereitstellung des Zugangs auch zu externen digitalen Ressourcen. Sie werden ebenso wie die lokal präsenten Medien durch den Informationsspezialisten nach qualitativen Kriterien ausgewählt und ihr Zugang in strukturierter Form angeboten. Hier findet der Paradigmenwechsel von Besitz der Medien (*ownership*) zur Bereitstellung des Zugangs zu Informationsressourcen (*access*) statt.

#### **5. Strukturierung und Aufbereitung von Information**

Um Informationsquellen zeitlich ökonomisch, umfassend und präzise zu identifizieren, zu bewerten und weiterzuverarbeiten, müssen Werkzeuge und Applikationen bereitgestellt werden. Auch kostenpflichtige Angebote und relevante kommerziell vertriebene Produkte sollen berücksichtigt sein. Hierbei soll sich die Erschließung von Internetquellen nicht in reiner Kumulation und grober Gliederung erschöpfen. Von Fachleuten nach Qualitätskriterien ausgewählte Quellen werden darüber hinaus mittels Metadaten erschlossen und zusätzlich annotiert und bewertet.

#### **6. Integration von Zusatzfunktionalitäten**

Die Bündelung von Informationen, Dienstleistungen und Anwendungen unter einer einheitlichen Browseroberfläche bieten dem Nutzer die Möglichkeit, mit einem Log-In und einer Suchanfrage zeitsparend heterogene Datenbanken und Dokumenttypen als auch kostenpflichtige Dienste durchsuchen zu können. Die Abrechnung kann zentral über ein persönliches ID-Login oder das vorherige Kaufen von Gutscheinen mit einer Abrechnungsnummer geschehen.<sup>62</sup>

#### **7. Personalisierung**

Durch die persönliche Anmeldung und Registrierung mit ID und Password und oft noch weiterer persönlicher Daten können Kunden eine individuelle Einstiegsseite gestalten, auf der sie festlegen, welche Elemente des Serviceangebotes sie benötigen. Überdies können sie anhand eines kontrollierten Vokabulars ein spezielles Interessenprofil anlegen. Auf diesem Profil basierende Push- und Pulltechnologien ermöglichen dann eine gezielte automatisierte Informationsversorgung<sup>63</sup> zu Neuerscheinungen und anderen relevanten Nachrichten aus dem Interessengebiet. Zusätzliche Möglichkeiten wie das Anlegen eigener Listen von elektronischen Zeitschriften runden das Angebot ab. Hier findet ein großer Sprung zur Zeitersparnis durch Vermeiden von Informationsballast statt.

#### **8. Kommunikation und Kooperation<sup>64</sup>**

Die Bereitstellung einer Infrastruktur für Kommunikation und Kooperation, im Englischen *community-building services* genannt, ist in Ansätzen bereits zu beobachten. Ein systematisches Angebot von themenspezifischen Diskussions- und Mailinglisten sowie Chatrooms zielt auf Anregung zu wissenschaftlichem Diskurs und Zusammenarbeit, Öffentlichmachen von Expertenwissen, Initiieren kollektiver Bewertungsprozesse, Platzierung von Informationsangeboten u.a.m. ab.

---

<sup>62</sup> Ein ähnliches Verfahren wird beim Dokumentenlieferdienst Jason durchgeführt.

<sup>63</sup> Rösch spricht an diesem Punkt immer wieder von *proaktiver* Informationsdienstleistung. Die Bedeutung des Begriffs *proaktiv* ist zwar aus der Lebensmittelwerbung bekannt, lexikalisch jedoch nicht verifizierbar. Daher wird hier der Begriff *aktiv* gewählt.

<sup>64</sup> Rösch benutzt anstelle des hier eingesetzten Terminus *Kooperation* den Begriff *Kollaboration*, der allerdings im Deutschen ‚Zusammenarbeit mit dem Feind‘ bedeutet (Wahrig 1989, 762). Möglicherweise hat hier eine unreflektierte Direktübersetzung aus dem Englischen stattgefunden, wobei bei engl. *collaboration* die Zusammenarbeit nicht semantisch auf einen bestimmten Handlungspartner festgelegt ist (Webster 1994, 289).

Ergänzend werden sogenannte ‚weiche‘ Informationen angeboten.<sup>65</sup> Dabei kann es sich um Preprints, Reports, Skripten, Expertenlisten mit biographischen Kurzinformationen und direkten Kontaktmöglichkeiten, Informationen auf persönlichen Homepages von Wissenschaftlern, Zugang zu Servern von Fachgesellschaften, Fachbereichen und Berichte zu Konferenzen (alt und neu) handeln. Zusätzlich interessant ist auch die Übernahme verlegerischer Funktionen. Einfach handhabbare *upload* - Formate können Autoren dazu anregen, selbstverfasste Dokumente oder auch Vorlesungsskripte über das Wissenschaftsportal zu betreiben.

Als Forum könnten Wissenschaftsportale einen ähnlichen Stellenwert wie Konferenzen erlangen. Rösch sieht hier erstmals die Möglichkeit, Instrumente des Wissensmanagements im Wissenschaftssektor anzuwenden.

## 9. Validierung von Information

Zur Qualitätssicherung werden Werkzeuge bereitgestellt, mit denen die Portalöffentlichkeit oder eine Expertengruppe die zugänglichen Informationen bzw. Dokumente bewertet. Mögliche Formen der Bewertung sind hier Annotation, Rezensionen oder Punktevergabe.<sup>66</sup> Somit wird mittels Informationsaustausch (*information sharing*) allen Beteiligten erleichtert, aus Information Wissen zu generieren.

Die ersten fünf dieser Funktionen sind derzeit von den meisten Universitäten, Forschungsinstituten, wissenschaftlichen Bibliotheken und anderen Anbietern von wissenschaftlichen Informationsdiensten in mehr oder weniger gelungener Form durch Linksammlungen, Clearinghouses, Subject Gateways u.a. umgesetzt. Noch nicht durchgesetzt hat sich die Bündelung aller Dienste unter einer Oberfläche, unter der heterogene Datenbanken u.a. Quellen parallel durchsucht werden können. Gründe können hier in technischen und finanziellen Problemen vermutet werden.

Die ersten sechs Funktionalitäten spiegeln das klassische Informationsmanagement des Sammelns, Sortierens und Bereitstellens von Informationen wider, übertragen auf das Medium Internet. Die typologischen Unterschiede zu den bisherigen Angeboten machen nach Rösch die folgenden drei Merkmale aus: Personalisierung, Kommunikation und Kooperation sowie Evaluation, die als Instrumente des Wissensmanagements betrachtet werden. Sie ermöglichen den Übergang vom reinen Informationsmanagement (*information management*) zum Wissensmanagement (*knowledge management*).

Mit Einsatz der Personalisierung konstatiert Rösch den Wechsel von der herkömmlichen Orientierung der bibliothekarischen Tätigkeiten am Objekt ‚Information‘ hin zum ‚Subjekt‘, dem Kunden. Dies kann allerdings falsch verstanden werden: zwar soll die Kundenorientierung der bibliothekarischen Dienstleistung mehr Bedeutung erlangen. Eher als einen Wechsel sollte aber m. M. nach hier von einer Gleichgewichtung der Aspekte Kundenorientierung und Objektorientierung gesprochen werden, denn die Qualität der Information darf nicht auf Kosten der Kundenorientierung zurückgehen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten: die Leistungen eines Wissenschaftsportals bestehen in der Modernisierung des Informationsmanagements, der Integration von Funktionen des Wissensmanagements, der Erweiterung von Objekt- zur Subjektorientierung und Ergänzung der Informationsfunktion um Kommunikations- und Kooperationsfunktionen. Erreicht wird

---

<sup>65</sup> Rösch (2001b), im Kapitel ‚Wissenschaftsportal‘, Absatz ‚Kommunikation und Kollaboration‘

<sup>66</sup> Solche kooperative Bewertungen können beispielhaft bei <http://www.amazon.de> beobachtet werden.

eine Reduzierung der Informationsflut und Steigerung der Nutzerbindung durch Steigerung der Interaktion. Die oben genannten neun Kernfunktionalitäten bilden Grundlage für eine Definition des Begriffs Wissenschaftsportal, anhand dessen sich die Schein- oder Blendportale (*portalwannables*), die als Modebegriff nur synonym für bisherige Webangebote eingesetzt werden, von ‚echten‘ Portalen nach Verständnis Röschs abgrenzen lassen.

### 3.2.4.3 Diskussion des Portalkonzepts

Das oben geschilderte Wissenschaftsportal ist unbestritten ein hervorragendes Modell. Jedoch sind viele Fragen noch offen. Zu einigen soll hier kurz Stellung genommen werden.

Zu Punkt 4:

Die Aggregation großer Informationsmengen von wissenschaftlicher Relevanz ist nur kooperativ zu bewerkstelligen. So könnten sich etwa einzelne Fachbibliotheken auf Sammelschwerpunkte wie Fachlexika, Expertenlisten, Volltexte, Suchmaschinen oder E-Zeitschriften zu einem Themenbereich verständigen und die Ergebnisse in einem gemeinsamen Portal zur Verfügung stellen. Arbeitsteilige Projekte sind bereits durchgeführt worden. Nach anfänglichem Enthusiasmus sind sie jedoch oft insgesamt oder teilweise zum Stillstand gekommen. Die Gründe für das Scheitern liegen meist darin, dass Mitarbeiter häufig nur für die Projektdauer eingestellt werden können. Eine Lösung wäre die konstante Einrichtung und Finanzierung von Dienstzeiten festangestellter Informationsspezialisten zur Pflege der Webangebote.

Zu Punkt 5:

Die Strukturierung und insbesondere Aufbereitung von Informationen bedarf der Entwicklung von international standardisierten Metadaten. Hier werden bereits seit Ende der 90er Jahre von der Deutschen Forschungsgemeinschaft, dem Bundesministerium für Bildung und Forschung und europäischen Trägern unterstützte Forschungsprojekte durchgeführt.<sup>67</sup> Es dürfte noch einige Zeit dauern, bis nach Abschluss dieser Projekte die Ergebnisse in großem Umfang umgesetzt werden können. Wünschenswert wäre es dann, dass die Autoren von elektronischen Dokumenten die entsprechenden Metadaten selbst erstellen. Voraussetzung dafür ist wiederum die Entwicklung von Software, die eine benutzerfreundliche Eingabe der Daten ermöglicht. Eine zentrale Endredaktion prüft die Metadaten auf Konsistenz.

Zu Punkt 6:

Die parallele Durchsuchung von Datenbanken mit unterschiedlichen Schnittstellen<sup>68</sup> sowie verschiedenster Datei- und Dokumentenformate<sup>69</sup> unter einer Browseroberfläche stellt hohe Anforderungen an die Technik. Mitarbeiter der UB Bochum, die für die Bearbeitung von Fernleihen zuständig sind, berichten über teils starke Unterschiede der Rechercheergebnisse, je nachdem ob sie in einer Datenbank direkt, über Verbunddatenbanken oder über die Digitale Bibliothek NRW recherchieren. Die ‚Meta-Suche‘ über eine Browseroberfläche kann nicht das Gleiche leisten wie die für eine einzelne Datenbank entwickelten Suchinstrumente. Es muss darauf hingearbeitet werden, so entstehende irreführende Rechercheergebnisse zu

---

<sup>67</sup> Überblick über die Projekte CARMEN, Crossconcordanz STW / SWD, DDC Deutsch, MACS, META-LIB, unter <http://www.ddb.de/professionell/projekte.htm> (25.4.02)

<sup>68</sup> Heute werden weltweit Informationsbestände mit Z39.50-, HTML-, NCSTRL-, SQL-Zugängen angeboten.

<sup>69</sup> Komplexe Dokumente werden z. Z. im HTML-, PDF- oder Postscript-Format abgelegt, Medienobjekt in gif, jpeg, tiff, wav, mpeg oder als 3-D-Objekte.



vermeiden. Auch hier wurden bereits spezielle Projekte zur Verbesserung der Daten-Interoperabilität initiiert.<sup>70</sup>

Zu Punkt 7:

Eng verknüpft mit der Personalisierung sind Fragen des Datenschutzes und der Datensicherheit. Welche persönlichen Daten sind notwendig, wie werden sie verwendet? Kritisch bemerkt zum Beispiel Voigt, dass Benutzer des Wissenschaftsportals Fathom, immerhin von renommierten Forschungsinstituten wie Columbia University, London School of Economics and Political Science, The British Library, Smithsonian Institutions National Museum of Natural History und The New York Public Library gegründet, sich bei der persönlichen Registrierung damit einverstanden erklären müssen, dass zur Erstellung ihres Interessensprofils auch der History-File ihres Web-Browsers analysiert wird, der die Dokumentation aller in der letzten Zeit besuchten Internetseiten und die Tiefe des jeweiligen Besuchs darstellt.<sup>71</sup>

Die Personalisierung, mit deren Hilfe die Aktivitäten der Nutzer statistisch gezielt ausgewertet werden könnten, kann überdies auch für den Bibliothekar aussagekräftiges Instrument zur Analyse seiner eigenen Dienste oder auch Zahlen zur Nutzung der E-Journals und Argumente für den Bestandsaufbau liefern.<sup>72</sup>

Zu Punkt 8:

Die Forderung Röschs nach einer Verbesserung der Kommunikationsmöglichkeiten zielt auf die Kommunikation der Portalgemeinde miteinander ab. Die kommunikative Beziehung zwischen Bibliothekar und Kunden darf hier nicht vergessen werden. Trotz Automatisierung vieler Vorgänge muss für den Nutzer weiterhin die Möglichkeit bestehen, bei speziellen Problemen, die von einer anonymen virtuellen „Informationstankstelle“ nicht gelöst werden können, persönlich von einem Informationsspezialisten beraten zu werden. Die Automatisierung dient hier nicht dazu, den Bibliothekar zu ersetzen, sondern durch Zeitersparnis die individuelle Kundenbetreuung zu optimieren. Lakos und Gray vermuten, dass der Bedarf an persönlicher Interaktion zwischen Bibliothekar und Kunde eher steigen wird und deshalb alle Möglichkeiten des Mediums von Email bis zu Videokonsultationen ausgeschöpft werden müssen.<sup>73</sup> Ferguson beschreibt den Auskunftsdienst der Zukunft sogar als eine Art *Call Center* und skizziert weitere Wege, um das Entstehen einer gesichtslosen virtuellen Bibliothek zu vermeiden.<sup>74</sup>

Zu Punkt 8 und 9:

Der Einsatz von Instrumenten des Wissensmanagements ist sicherlich von großem Nutzen. Voraussetzung ist allerdings, dass die Mitglieder der Wissenschaftsgemeinde auch bereit sind, ihr Wissen etwa auch außerhalb einer Projektgruppe mit anderen zu teilen. Hier sehe ich große Schwierigkeiten, denn im Wettbewerb um die immer knapper werdenden Stellen und Mittel liegt der Vorteil durch Wissensvorsprung des Einzelnen auf der Hand. Man kann jedoch davon ausgehen, dass Informationskanäle zur Darstellung von Arbeitsergebnissen,

---

<sup>70</sup> Insbesondere sind dies die Projekte CARMEN, RENARDUS und TEL. Näheres zur Open Archives Initiative unter <http://www.openarchives.org/>

<sup>71</sup> Voigt 2000, 323. Allerdings müsste hier noch einmal genauer das Privacy Statement unter <http://www.fathom.com> überprüft werden. Sollte es sich um den gesamten History-File des Webbrowsers des Benutzers handeln, ist das natürlich äußerst fragwürdig. Geht es jedoch lediglich um den History-File während der Portalbenutzung, so sollte das legitim sein, denn irgendwie müssen ja automatisch erstellte Interessensprofile zustande kommen.

<sup>72</sup> Morgan (2000), S. 2

<sup>73</sup> Lakos / Gray (2000), Kapitel 'Personnel'

<sup>74</sup> Ferguson (2000), S. 307

Bekanntmachungen von Veranstaltungen und anderen Informationen, die der Eigenwerbung dienlich sind, genutzt werden. Und auch diese Informationen stellen, strukturiert und gut aufbereitet, einen Mehrwert dar.

#### Fragen zur Technik

Bei der Frage, ob Portalsoftware eingekauft oder selbst entwickelt werden sollte, ist entscheidend, ob kommerzielle Lösungen bereits erfolgreich eingesetzt wurde, welche Kosten anfallen und ob technisches Know-how sowie finanzielle Mittel für eigene Entwicklungen überhaupt zur Verfügung stehen.

Wenn Voigt vor anderthalb Jahren darlegt, dass für maßgeschneiderte kommerzielle Informationssysteme mit ca. 500 Euro pro potentiellm Nutzer und Jahr Summen angesetzt werden müssen,<sup>75</sup> die die vorhandenen Mittel i.d.R. weit überschreiten, scheint der Kauf kommerzieller Software indiskutabel. Überdies sind meines Wissens nach auch kaum bibliotheksspezifische Angebote auf dem Markt zu finden. Einzig ein an der TU München entwickelter „Information Broker“ wird von der Siemens-Tochter SISIS unter der Bezeichnung Elektra II vertrieben. Elektra II soll den Aufbau individueller Informationsportale und die parallele Suche in weltweit angebotenen Informationsbeständen ermöglichen. Darüber hinaus sind Enduser-Services wie Bestell- und Lieferfunktion integriert. Elektra II soll überdies mit jeder Bibliothekslösung kombinierbar sein.<sup>76</sup> Angaben zu Kosten konnten nicht in Erfahrung gebracht werden. Interessant wären Erfahrungsberichte über die Leistungsfähigkeit des Systems, das seit 2001 von der Bayerischen Staatsbibliothek eingesetzt wird.

Vieles spricht für die Entwicklung eigener Portalsoftware. Argumente für eine größtmögliche Unabhängigkeit von Wirtschaftsunternehmen, deren Interessen und unabsehbaren finanziellen Forderungen für Bereitstellung und Betreuung der Systeme führt Gleason an, wenn er sagt:

“The University-wide Information Portal should be treated like the ‘family jewels’ and not relinquished to an outside agency. [...] (But) by acting collectively and sharing the institutional resources of the member schools, the cost no longer becomes the major factor or barrier in developing an information portal. More importantly, by acting cooperatively institutions will be able to retain their individual identities and total control over their institutional web sites.”<sup>77</sup>

So stellen, wie bereits oben erwähnt, die ersten MyLibrary-Entwickler in den USA ihre Software im Netz als kostenlosen Download zur Verfügung. Auch in Großbritannien wurden im Rahmen der Projekte Research Discovery Network (RDN) und Subject Portals Project (SPDP) eigene Softwarelösungen gewählt.<sup>78</sup>

Erfreulich ist an diesem Punkt eine Meldung auf einer Seite des *digital library forums*, die über die Fortsetzung der Förderinitiative „Digital Libraries“ durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft und der National Science Foundation (NSF) ab 2002 berichtet. Die Ziele liegen in der Schaffung eines schnellen und bequemen Zugangs zu digitalen Informationen und Verbesserung der Informationsdienstleistungen.<sup>79</sup> Begrüßenswert wäre im Rahmen dieser Initiative die Entwicklung einer Portalsoftware, die für wissenschaftliche Bibliotheken kostenfrei zur Verfügung gestellt werden kann.

---

<sup>75</sup> Voigt (2000), S. 323

<sup>76</sup> BIT-online 3/2000, Nr. 3, S. 362 [Digit@l News; detaillierte Informationen zu Elektra II unter [www.sisis.de](http://www.sisis.de)

<sup>77</sup> Gleason (2000), im Kapitel ‘Why are we building our own portal? What are the alternatives?’

<sup>78</sup> Clark (2001), Kapitel ‘What software?’

<sup>79</sup> <http://www.dl-forum.de/news/dfgnsf.htm> (20.4.02)

Ein kurzer Blick auf zwei Erfahrungsberichte zu den MyLibrary-Angeboten in den USA soll den Abschluss des Kapitels bilden.

Nach etwa anderthalb Jahren Laufzeit der MyLibrary@NCState zieht Morgan erste Bilanz: viele nötige Verbesserungen werden deutlich, insbesondere weitere Anstrengungen, um den Zugang für den Nutzer zu erleichtern, denn die Statistik zeigt, dass die relativ jungen Portalsysteme nur von wenigen Klienten genutzt werden, die diesen Services allerdings begeistert und häufig in Anspruch nehmen.<sup>80</sup>

Ähnliches bestätigt Ghaphery und Ream für die VCU: “My Library tends to appeal a great deal to a small number of users as a personal tool.”<sup>81</sup> Da dort die individuellen Bibliotheksbenutzer das Angebot nur sehr zögerlich annahmen, kam man auf die Idee, das Konzept als Instrument der Lehre in Form von kursspezifischen Seiten für Studierende anzubieten, auf denen alle kursrelevanten Informationen gebündelt werden. Über MyLibrary-Einführungen zu Semesterbeginn konnten sowohl Fakultäten als auch Studierende befriedigend erreicht werden. Die Reaktionen waren außerordentlich positiv, da das Konzept für die Studierenden die virtuelle Entsprechung eines eigenen Bücherregals in der Bibliothek darstellt, auf dem die benötigten Ressourcen zeit- und ortsunabhängig zur Verfügung stehen.<sup>82</sup>

Sicherlich ist diese flexible Übertragung des Konzeptes vom individuellen Nutzer zu spezifischen Nutzergruppen äußerst positiv zu bewerten. Andererseits liegt in solchen bequemen Packetangeboten die Gefahr, dass die Notwendigkeit für die Fähigkeit, sich eigenständig Informationen beschaffen und diese bewerten zu können, nicht ausreichend erkannt wird. Nur eine gelungene Kombination solcher Dienstleistungsangebote mit attraktiven Schulungen, die für die Notwendigkeit zur Selbstversorgung mit Information sensibilisieren, kann m. M. nach hier zu einem befriedigenden Gesamtergebnis führen.

Die Zeitspanne von knapp zwei Jahren, die von Morgan und Ghaphery / Ream betrachtet wird, ist zu kurz, um aussagekräftige Ergebnisse über die Annahme der MyLibrary-Angebote durch die Nutzer zu ergeben. Da auch die personalisierten Seiten allgemeiner Internetportale noch keine größere Popularität erreicht haben,<sup>83</sup> darf man bei den Wissenschaftsportalen nicht mehr erwarten. Insgesamt kann festgehalten werden, dass umfassende Öffentlichkeitsarbeit notwendig ist, um Barrieren abzubauen und einem breitem Publikum den Wert personalisierbarer Portale zu verdeutlichen.

---

<sup>80</sup> Morgan (2000)

<sup>81</sup> Ghaphery / Ream (2000), im Abstract des Artikels

<sup>82</sup> ebd., im Kapitel ‘My Library as a Teaching Tool’

<sup>83</sup> Ketchell (2000), im Absatz ‘The My-Trend’

Der Weg zu einer flächendeckenden und qualitativ hochwertigen, webbasierten Informationsversorgung des Wissenschaftssektors, sei sie fachspezifische oder disziplinübergreifend, national oder international ausgerichtet, ist noch weit. So stellt Miller fest: „Some of this works has begun, but we need to move much further forward in numerous areas before we can begin to build truly useful portals.“<sup>84</sup> Auch im Abschlussbericht eines der am weitesten gediehenen Projekte, des Subject Portals Project heißt es:

„It is unrealistic to expect that at the end of the project, the RDN will have achieved the JICSs goal of being able to provide seamless access to existing services through a variety of entry points. While it is important that portal functionality is developed with an eye on scalability, it will be necessary to start small, by first releasing a limited set of functions that meet the needs of a specific sub-set of users, and thoroughly testing that before offering additional functions.“<sup>85</sup>

#### **3.2.4.4 Horizontale und vertikale Portale**

Hinsichtlich Zielgruppe und Abdeckungsgrad des Angebots haben sich bisher zwei Grundtypen von Portalen ausgebildet.

Horizontale Portale<sup>86</sup> zielen mit einem weiten Themenspektrum auf ein Massenpublikum ab, wobei die inhaltliche Orientierung in die Breite und nicht in die Tiefe geht. Beispiele sind etwa Internetportale wie Yahoo!, aber auch Megaportale von großen Unternehmen wie Siemens oder im Wissenschaftsbereich die WWW Virtual Library.

Vertikale Portale<sup>87</sup> sind auf bestimmte Themenbereiche, Disziplinen, Branchen etc. spezialisiert und auf eng definierte Zielgruppen mit sehr speziellem Bedarf ausgerichtet. Sie bieten Vollständigkeit in einem definierten Rahmen mit tieferer Strukturierung und Erschließung ihrer Angebote und stellen somit Qualität vor Quantität. Beispiele sind hier B2B-Portale aus dem Unternehmensbereich oder Fachportale wie PortaLingua,<sup>88</sup> Verbundprojekt für die Bereiche Sprach- und Kommunikationswissenschaft oder die Virtuelle Fachbibliothek Wirtschaftswissenschaften, Teilgebiet Betriebswirtschaft (ViFaWiwi) der USB Köln.<sup>89</sup> Andere Bezugseinheiten können beispielsweise enger definierte Wissenschaftslandschaften wie die von Susanne Dobratz beschriebenen Dissertationsportale.<sup>90</sup>

#### **3.2.4.5 Zukunftstrends**

Wie u.a. Kramer und Plieninger feststellen, geht der Trend von horizontalen Portalen weg hin zu den Vertikalen. Attraktiver als ein weiteres webweites Angebot ist die Konzentration auf spezielle Themen und hochwertige, aktuelle Inhalte. Nur solche heben sich ausreichend von den zahlreichen Anbietern ab, die denselben Markt bedienen wollen.

Überdies müssen neue Software-Entwicklungen wie Content-Management-Systeme für bibliothekarische WWW-Portale, die Thema eines Vortrags auf dem diesjährigen Bibliothekarstag in Augsburg waren, verfolgt werden.

---

<sup>84</sup> Miller (2001), im Kapitel ‚The missing link(s)‘

<sup>85</sup> Clark (2001), im Kapitel ‚Back to the drawing board, again and again‘

<sup>86</sup> Synonyme werden benutzt: Hortal, Consumer Portal, Public Portal, General Interest Portal, Generic Portal, Mega-Portal

<sup>87</sup> Synonyme werden benutzt: Vortal, Affinity Portal, Niche Portal, Special Interest Portal

<sup>88</sup> <http://www.portalingua.uni-essen.de/portalingua/start.html>

<sup>89</sup> <http://www.ub.uni-koeln.de/vifa/wiwi/index.html> (25.4.02)

<sup>90</sup> Dobratz (2000)

Darüber hinaus muss der Einsatz der Dokumentbeschreibungssprache XML und seiner Derivate als Folgesprache für HTML geprüft werden. Weitere Trends, etwa zu stimmaktivierter Navigation (*voice-navigation*), Video-Schaltungen und dem vermehrten Einsatz drahtloser Kommunikationsvorrichtungen wie den Palm-Geräten sollten bei den Planungen berücksichtigt werden.

#### **4 Auf dem Weg zum Internetportal: die Linksammlung des Japonicums**

In den vorigen Kapiteln wurden die Kernfragen nach Zielgruppe und Themenspektrum geklärt und im Anschluss der Stand der Entwicklung unterschiedlicher Formen von webbasierten Informationsangeboten vorgestellt. Aufgrund der Ergebnisse kann festgehalten werden, dass für das Japonicum ein Webangebot als Portal im Sinne von Rösch nicht direkt realisierbar ist. Der Hauptgrund liegt hierbei im technischen Bereich: auf dem Markt werden noch keine speziellen Softwarelösungen angeboten, und das technische Know-How für eine eigene Entwicklung ist im Institut weder vorhanden, noch kann es aus Gründen der Finanzknappheit eingekauft werden.

Jedoch hat die Untersuchung eindeutig ergeben, dass die Möglichkeiten, die eine Portallösung mit modernstem Informations- und Wissensmanagement für ein Institut wie das LSI eröffnet, für dessen Standortsicherung wirtschaftlicher Erfolg maßgeblich ist, einen großen Mehrwert darstellen und daher langfristig das Ziel sein sollte. Deswegen soll in einer ersten Phase zunächst die Umsetzung eines Webangebotes in Form einer qualitativ hochwertigen, eng fachspezifischen Linksammlung realisiert werden. Diese Linksammlung soll so angelegt sein, dass weitere Kernfunktionalitäten des Portalkonzeptes stufenweise integriert werden können.

Im Sinne der Benutzerfreundlichkeit soll das Webangebot, das auf der neuen Homepage des LSI / Japonicum integriert werden wird, die schlichte Bezeichnung ‚Links‘ erhalten. Man kann nicht davon ausgehen, dass die Zielgruppen des Japonicums mit Termini wie Clearinghouse vertraut sind, und nach eigener Erfahrung schmälert die zeitaufwendige Suche nach dem Hyperlink, der zu einer weiterführenden Linkssammlung leitet, die Attraktivität einer Website deutlich. Wenn weitere Funktionalitäten integriert sein werden, ist ein Wechsel zum Begriff ‚Portal‘ geplant.

In den folgenden Kapiteln soll das Vorgehen für den Aufbau der Linksammlung dargestellt werden. Zunächst wird eine praktikable Strategie zu Identifikation wertvoller Internet-Ressourcen entworfen. Nach der Aggregation adäquater Inhalte, die an erster Stelle einer Konzeption stehen muss, folgt die Planung der Gestaltung der Website unter den Hauptaspekten Aktualität und Benutzerfreundlichkeit. Im Anschluss wird das Vorgehen für eine Übernahme des Konzepts von den anderen Teilinstituten des LSI sowie mögliche Kooperation geschildert. Abschluss des Kapitels bildet das Skizzieren des stufenweisen Ausbaus der Linksammlung in Richtung Portal im Sinne von Rösch.

## 4.1 Aggregation von Information

An erster Stelle steht die zielgruppenorientierte Auswahl von wertvollen Inhalten. Systematisch sollen bereits bestehende Webangebote untersucht werden, die für die Zielgruppen des Japonicums relevante Informationen vermuten lassen. Diese Prüfung soll ergeben, welche Informationen bereits in welcher Form angeboten werden, um einerseits die Erstellung einer ‚digitalen Dublette‘ zu vermeiden, andererseits Sammlungen hoher Qualität zur Verlinkung vorzusehen und zum Dritten natürlich auch, um zu einem eigenen Grundstock von Links zu gelangen. Dieses pragmatische Herangehen nach der Trampelpfad-Methode<sup>91</sup> - wo schon viele andere hergegangen sind, kann es nicht ganz falsch sein - dient der Arbeitsökonomie. Zunächst werden die Webangebote universitärer Studiengänge mit Japanschwerpunkt betrachtet.

### 4.1.1 Informationsangebote mit Japanschwerpunkt an Universitäten

Grundlage für die folgende Auflistung von Studiengängen mit Japanschwerpunkt an deutschen Universitäten war eine der umfassendsten Adressensammlung im WWW, die der Japanologie Trier.<sup>92</sup> Um Vollständigkeit und Aktualität zumindest für Deutschland zu überprüfen, wurde die Trierer Liste mit den Angaben des aktuellen Studienführers ‚Studien- und Berufswahl 2000/2001‘<sup>93</sup> abgeglichen. Ergänzungen waren jedoch nicht nötig.

Insgesamt gibt es derzeit 25 Studienmöglichkeiten an deutschsprachigen Universitäten mit einem oder mehreren Japanschwerpunkten. Da die beiden Duisburger Institute ein gemeinsames Internetangebot erstellt haben, reduziert sich die Anzahl der zu untersuchenden Linksammlungen auf 24.

Zur Bewertung von Websites liegen diverse Ansätze vor.<sup>94</sup> Eine detaillierte, nach möglichst vielen Qualitätskriterien durchgeführte Evaluierung der o.g. Websites stellt eine zeitaufwendige Aufgabe dar, die Thema einer eigenen Studie wäre und weit über die hier erforderlichen Ergebnisse hinausginge. Daher sollen in zwei Schritten anhand einiger Eckdaten lediglich grundlegende Aussagen über die Wertigkeit der Angebote ermöglicht werden, um die oben gestellten Fragen nach digitaler Dublette, hochwertiger Sammlung zur Verlinkung und Zuverlässigkeit der Quelle für die Erstellung eines Linkpools zu beantworten.

Dabei ist nicht der gesamte Webauftritt, sondern lediglich die Linksammlungen - unter welcher Bezeichnung auch immer sie erscheint - Gegenstand der Bewertung. In einem ersten Schritt werden die Angebote herausgefiltert, deren Inhalte relevant erscheinen. In einem zweiten Schritt werden diese dann genauer auf inhaltliche und formale Qualität untersucht.

Grundlage für die gewählten Qualitätskriterien bilden die praktikabel angelegten Unterrichtsunterlagen für eine Weiterbildungsveranstaltung zur Annotation und Evaluation von WWW-Dokumenten von Konrad Umlauf, Professor am Institut für Bibliothekswissenschaft an der Humboldt- Universität Berlin.<sup>95</sup> Aus dem umfangreichen Kanon wurden für die erste Selektion folgende inhaltliche Kriterien ausgewählt:

---

<sup>91</sup> Hilberer (1999), S. 54 f.

<sup>92</sup> <http://www.uni-trier.de/uni/japanologie/VzJW.html#anchor2335810> (27.2.02)

<sup>93</sup> Bund-Länder Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (2000)

<sup>94</sup> Einen Überblick und Hinweis auf weitere Quellen bieten Fahrenkrog et al. (2002)

<sup>95</sup> Umlauf (2000)

- Relevanz der Inhalte
- Breite des Themenspektrums
- Tiefe des Themenspektrums
- Ressourcen zum Download angeboten
- Links mit Annotation versehen
- Links mit Bewertung versehen
- Einzigartigkeit des Angebots

Der Bewertungsbogen A im Anhang auf S. 53 zeigt die Auswertung in Tabellenform.

Nach dem ersten Schritt der Untersuchung konnten folgende 12 Webangebote ausgefiltert werden, die aus den angegebenen Gründen nicht von Interesse sind:

- 6 Webauftritte ohne Linksammlung  
Bonn/Japanologie, Bonn/Modernes Japan, Göttingen/Japanologie, Köln/Japanologie, Mainz/Projekt Japan-Studien, Würzburg/Japanologie
- 4 Linksammlungen, die lediglich Adressen anderer Institute verlinken  
Berlin HU/Sprache und Kultur Japans, Bochum/Sektion Sprache und Literatur, Halle/Japanologie, Marburg/Japan-Zentrum
- 2 Linksammlungen, deren Anzahl der Links unergiebig ist  
Düsseldorf/Modernes Japan, Erlangen-Nürnberg/Japanologie

Die übrigen 12 Internetangebote werden in einem zweiten Schritt nach weiteren, zum Großteil formalen Qualitätskriterien untersucht, die ebenfalls der o.g. Zusammenstellung Umlaufs entstammen:

- Aktualität des Angebots
- Validität der Inhalte (Sachverhalte zutreffend bzw. verlässlich?)
- Systematische Anordnung der Inhalte
- Übersichtliche Seitengestaltung
- Urheber genannt, Kontaktmöglichkeit gegeben
- Vermeidung unnötigen Scrollens
- selbsterklärende Navigation
- Beeinträchtigungen der Zugriffszeit durch Graphiken, Applets etc.
- Suchmöglichkeiten innerhalb der Site

Der Bewertungsbogen B im Anhang auf S. 54 zeigt auch hier die Auswertung in Tabellenform. Diese zweite Untersuchung führt aus den angegebenen Gründen zu folgenden Ausschlüssen:

- 2 Webauftritte, bei denen Aktualität nicht gewährleistet ist (das Datum der letzten Aktualisierung ist beigefügt)  
Erfurt (13.2.01), Hamburg (8.9.00)

Eine detaillierte Bewertung der übrigen 10 Informationsangebote kann an dieser Stelle nicht geschehen. Zusammenfassend kann man jedoch die folgenden Ergebnisse festhalten:

Die Gefahr, eine digitale Dublette zu erstellen, besteht nicht. Zwar zeigt das Informationsangebot der Universität Bonn / Institut für Japanische Sprache mit seinem deutlichen Fokus auf den Bereich Japanisch als Fremdsprache Nähe zum Informationsbedarf der Japonicum-Zielgruppen. Das gesamte erforderliche Themenspektrum ist jedoch nicht abgedeckt, zahlreiche Links sind nicht mehr aktiv und die Seitengestaltung und Navigation sind zu verbessern. Hier kann eine Kontaktaufnahme zum Betreuer der Bonner Seiten klären, ob kooperativ gesammelt werden könnte. Bemerkenswert ist, dass die Bonner Seite bereits Instrumente des Wissensmanagements einsetzt. So finden sich dort Gästebuch, Diskussionsforum und Mailingliste zum Thema japanische Sprache. Wie ein Aufruf der bisher gesendeten Beiträge zeigte, ist die Nutzung dieser Kommunikationsmöglichkeiten noch gering. Eine Bekanntmachung des Angebotes in den einschlägigen Mailinglisten der Japanologen könnte die Nutzungsfrequenz erhöhen.

Zur Verlinkung sind drei der Informationsangebote geeignet.

- Das Bonner Angebot ist für die Dozenten des Japonicums trotz zahlreicher inaktiver Links und anderer Mängel zweifelsohne insgesamt inhaltlich wertvoll.
- Die neben dem Bonner Angebot mit dem Schwerpunkt Japanisch einzige Sammlung, die fachlich eng ausgerichtet sind, wird ebenfalls zur Verlinkung vorgesehen: Bochum für den Bereich Geschichte Japans.
- Das Informationsangebot der Japanologie an der FU Berlin hat sich in den Bereichen Inhalt, Aktualität und Gestaltung als hervorragend herausgestellt. Es ist thematisch breit angelegt, der Stand der Aktualisierung ist für jeden Link angegeben, die Inhalte sind von hoher Qualität und auch kommerzielle Dienste sind verzeichnet. Anwendungen zur kooperativen Bewertung der einzelnen Links sind angeboten und die Anzahl ihrer Aufrufe wird angezeigt. Das Design ist ansprechend und nutzerfreundlich, interne Suchmöglichkeiten sind eingerichtet, Kommunikationsforen wie Gästebuch, Chatroom und Mailingliste komplettieren das Angebot. Einzig das Merkmal der Personalisierung fehlt, um die Anforderungen von Rösch für ein ‚echtes‘ Portal zu erfüllen.

Die formal ansprechenden Angebote der Japanologien Leipzig und München werden noch genauer geprüft. Die Leipziger Linksammlung ist zur Zeit erst gering bestückt. Die Münchner zeigt in weiten Bereichen inhaltlich Überschneidungen zum Angebot der FU Berlin. Ergänzende Themen oder Links sind offenbar nicht vorhanden.

Nicht zuletzt konnte ein großer Pool an Links zusammengestellt werden, wobei einige sofort durch benutzerfreundliche Gestaltung und Qualität der Inhalte auffallen. Während diese direkt in die Linksammlung aufgenommen werden, muss die Großzahl noch genauer auf Wert der Inhalte und Nutzerfreundlichkeit hin untersucht werden.

#### **4.1.2 Linksammlungen weiterer Institute und Organisationen**

Eine kleine Auswahl von weiteren Organisationen und Instituten aus den Bereichen Politik, Forschung, Kulturaustausch und Medien, die relevante Informationen für die Zielgruppen des Japonicums bereithalten könnten, wurden aufgrund eigener Erfahrungen und aufgrund von Mehrfachnennungen bei den universitären Linklisten ausgewählt. Es ist geplant, die Linksammlungen folgender Anbieter nach dem im vorigen Kapitel geschilderten Verfahren in zwei Schritten auf ihre Eignung zu prüfen.



- Japanische Botschaft, Berlin
- Japanisches Generalkonsulat, Frankfurt
- Deutsche Botschaft, Tokyo
- Deutsche Industrie- und Handelskammer Japan, Tokyo (DIHK)
- Institut für Asienkunde (IfA), Hamburg
- Deutsche Gesellschaft für Natur- und Völkerkunde (OAG), Tokyo
- Deutsches Institut für Japanstudien (DIJ), Tokyo
- Kokuritsu Kokugo Kenkyujo (KOKKEN), Tokyo
- Japanisches Kulturinstitut, Köln
- Japan Foundation, Tokyo
- Japanisch-Deutsches Zentrum, Berlin (JDZB)
- Goethe-Institut, Tokyo
- Goethe-Institut, Kyoto
- DAAD-Büro, Tokyo
- Japanisches Fremdenverkehrsamt, Frankfurt
- Verlag Iudicium – Japanseite, München

## **4.2 Gestaltung der Linksammlung**

Nach der Auswahl der Inhalte steht die Gestaltung der Website an zweiter Stelle der Konzeptionierung. Während die Verfasserin der Studie bei der Auswahl der Inhalte hohe fachliche Kompetenz besitzt, trifft dies für den Bereich Webdesign nicht in gleichem Maße zu. Daher werden hier nur einige wichtige Aspekte der speziellen Gestaltung für das Internet angesprochen. Nach einem ersten Entwurf ist es unerlässlich, einen professionellen Webdesigner hinzuzuziehen.

### **4.2.1 Aktualität**

Nichts ist weniger enttäuschend bei der Informationssuche im Internet: man hat endlich eine Site gefunden, deren Titel Zugang zu genau den richtigen Ressourcen verspricht, und muss feststellen, dass vielleicht jahrelang keine Aktualisierung mehr stattgefunden hat. Folgende Punkte sollen dazu beitragen, die Aktualität der Linksammlung des Japonicums zu gewährleisten:

- Beschränkung auf eine Anzahl von Links (zunächst 100 Stück, nach einer Probephase von 6 Monaten evtl. nach oben oder unten zu korrigieren)
- Festlegung von regelmäßigen Zeiten im Dienstplan zur Pflege der Sammlung
- Einsatz von automatischen Programmen zur Link-Überprüfung (dazu mehr in Kapitel 5.4, S. 43)
- Kooperation der Bibliothekarinnen der Teilinstitute LSI (Arbeitsteilung z.B. in den Kategorien des Bereichs ‚angewandte Sprachwissenschaft‘)
- Bereitstellung von Kommunikationskanälen für die Benachrichtigung von Benutzern über tote Links oder neue wertvolle Angebote
- Kooperation mit anderen Bibliotheken oder Instituten

Eine Selbstverständlichkeit ist die Angabe der letzten Aktualisierung der Seite für den Benutzer. Sinnvoller als für die gesamte Seite ist insbesondere bei einer Linksammlung der Hinweis, zu welchem Datum die einzelnen Links zugefügt wurden. Dies soll für die Sammlung des Japonicums überdies visuell und durch farbig hervorgehobene Anzeigen wie ‚NEU‘ oder ‚UPDATED‘ unterstützt werden.

#### 4.2.2 Nutzerfreundlichkeit

Die größtmögliche Nutzerfreundlichkeit ist ein weiteres unabdingbares Kriterium der Gestaltung. Zum Thema Webdesign ist die Literatur äußerst umfangreich, und auch kritische Analysen bibliothekarischer Websites mit Schwerpunkt *Usability* sind durchgeführt worden.<sup>96</sup> Die folgenden Überlegungen für das Webdesign der Linksammlung des Japonicums stützen sich größtenteils auf Aussagen von Jakob Nielsen, der sich mit zahlreichen Veröffentlichungen als Usability-Experte etabliert hat.<sup>97</sup>

Auf rein technischer Seite müssen folgende Punkte berücksichtigt werden:

- Damit das Angebot auf den gängigen Standard-Browsern einwandfrei funktioniert, sollen die Seiten auf bis zu zwei Jahre alten, gängigen Browsern überprüft werden.
- Um die Ladezeiten der Seiten zu minimieren, soll das Erstellen großer Seiten möglichst vermieden und lieber auf eine Struktur mit mehreren kleinen Seiten auf mittlerer und unterer Ebene zurückgegriffen werden. Multimedia-Effekte, Graphiken u.ä. werden nicht eingebaut. Ausnahme bildet das Logo des Instituts. Für den Download großer Seiten oder Multimedia-Dateien soll die Downloadgröße neben dem Hyperlink angegeben werden, damit der Benutzer zeitlich kalkulieren kann.
- Ausreichende Navigationsmöglichkeiten sollen dem Nutzer erlauben, sich auf den hierarchischen Ebenen gut zu orientieren. Als Minimallösung soll am Ende jeder Seite des Angebots die Möglichkeit bestehen, eine Ebene höher, tiefer und auf die Homepage zu springen. Nielsen empfiehlt eine sogenannte Brotkrumen-Navigationsleiste (*breadcrumbs*), ein in Anlehnung an das Märchen von Hänsel und Gretel benanntes Navigationsschema, das dem Nutzer erlaubt, am Bildschirmrand jeden seiner Schritte zurückzuverfolgen.<sup>98</sup> Diese einfache und platzsparende Möglichkeit, die sich besonders für hierarchische Informationsstrukturen eignen soll, muss auf ihre Eignung für den Einsatz auf der Japonicumsseite noch geprüft werden.

Auf formaler Ebene sind folgende Kriterien von Relevanz:

- Ein klar strukturierter, übersichtlicher Seitenaufbau mit gelungener Ausbalancierung zwischen Text, Graphik- und Navigationselementen ist nicht nur ein Desiderat auf formaler Ebene, sondern soll gleichzeitig Mittel zur Erschließung der gebotenen Inhalte sein. Sind Aufbau und Zuordnung selbsterklärend, kann sich der Benutzer besser im inhaltlichen Gefüge zurechtfinden.<sup>99</sup>
- Der Seitenaufbau soll so gestaltet werden, dass kein Scrollen nötig ist.
- Um auch als Instrument des Marketings einsetzbar zu sein, soll das Logo des Instituts auf jeder Seite eingefügt werden. So kann der gesamte Webauftritt des LSI als global verfügbare Visitenkarte dienen.

---

<sup>96</sup> z.B. Wille (1998), Cremer (1999) oder Fahrenkrog et al. (2002)

<sup>97</sup> Genaue Informationen zu Nielsen und seinen Arbeiten finden sich unter <http://www.useit.com>

<sup>98</sup> Nielsen (2001), S. 206

<sup>99</sup> Detaillierte Hinweise zur Seitengestaltung bei Nielsen (2001), S. 17ff

- Zu Beginn bestand die Überlegung, als Service für die japanischen Dozenten die Seite auch in japanischer Sprache anzubieten. Da jedoch davon ausgegangen werden kann, dass alle der am Japonicum beschäftigten Lehrer gute Deutschkenntnisse besitzen, wird davon abgesehen.
- Da der Benutzer die Seite seiner Bookmarkliste hinzufügen soll, um sie möglichst oft und auch bequem zu besuchen, soll die URL als Bookmark eindeutig und aussagekräftig sein.

Auf inhaltlicher Seite sind folgende Aspekte von Bedeutung:

- Die verwandte Sprache auf allen Ebenen muss klar und einfach sein. Dies gilt ebenso für den Seitentitel als auch für die Bezeichnung der Kategorien, die Titel der angebotenen Links und die Annotationen.
- Annotationen zu den Links sollten kurz und knapp nähere Information zum Inhalt der Quelle und eventuell eine Bewertung beinhalten. Sie sollten durchgängig für alle Links gegeben werden und in etwa eine einheitliche Länge haben. Für die Linksammlung des Japonicums sollen sie aus Gründen der Arbeitsökonomie zunächst aus maximal drei Sätzen bestehen.
- Die Anzahl der Links soll nicht nur aus der Blickrichtung des Bearbeiters unter dem Aspekt der machbaren Pflege der Sammlung geschickt dosiert werden. Auch für den Benutzer ist nach wie vor das Ziel: Vermeiden von Informationsüberflutung.

Weitere Elemente:

- Die Person, die für Inhalt und/oder Form verantwortlich ist, soll namentlich identifizierbar und per Email oder Telefon schnell erreichbar sein. Oft bleiben Autoren oder Redakteure als ‚webmaster‘ anonym. Die namentliche Nennung kann Hinweise auf die Güte des Angebotes geben, wenn der Verantwortliche in Fachkreisen bekannt ist.
- Auf der Hauptseite der Linksammlung soll ein Hilfe-Angebot zur Darstellung japanischer Schriftzeichen platziert werden.

Insgesamt sollen alle Anforderung für eine klar und ansprechend gestaltete Website erfüllt werden. Nielsen hat hierzu das Schlagwort HOME RUN-Design geprägt.<sup>100</sup>

---

<sup>100</sup> Nielsen (2001), S. 380 ff

Unter dem Akronym HOME RUN sind folgende Kriterien zusammengefasst:

- Inhalt von hoher Qualität (**H**igh-quality content)
- Häufige Aktualisierung (**O**ften updated)
- Minimale Downloadzeit (**M**inimal download time)
- Einfache Handhabung (**E**ase of use)
- Wichtig für die Bedürfnisse der Benutzer (**R**elevant to user's needs)
- Einzigartig für das Online-Medium (**U**nique to the online medium)
- Web-zentrierte Unternehmenskultur (**N**et-centric corporate culture)

### 4.3 Ausarbeitung einer ersten Systematik

Zum jetzigen Zeitpunkt zeichnet sich folgender Stand der Dinge ab:

Die Linksammlung des Japonicums wird, jeweils ausgerichtet auf zwei Zielgruppen ‚Mitarbeiter‘ und ‚Kursteilnehmer‘, einen sehr eng definierten, vertikalen Ausschnitt in der Informationslandschaft darstellen. Vorrang vor Quantität hat dabei die Qualität des Angebotes. Während für die Kursteilnehmer eher wenige, handverlesene und geprüfte Links gesetzt werden sollen, ist für die Dozenten zur Erfüllung ihrer Aufgaben eine größere Anzahl von Links mit tieferer Erschließung der Themenbereiche bereitzustellen.

Ein erster Entwurf für die systematische Aufteilung auf der Einstiegsseite der Linksammlung konnte auf dem Papier bereits erarbeitet werden.

LOGO	LOGO	LOGO	LOGO	LOGO	LOGO
Hilfe zur <b>Darstellung</b> <b>japanischer Schriftzeichen</b>					
<b>MITARBEITER</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sprachlehrforschung</li><li>• E-Learning</li><li>• Interkulturelle Forschung</li><li>• Institute / Verbände / Tagungen</li><li>• Mailinglisten / Foren</li><li>• Weiterbildung</li><li>• Förderprogramme</li><li>• Neuerscheinungen</li></ul>		<b>ALLGEMEINES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Online-Katalog d. Bibliothek</li><li>• Japan-News</li><li>• Online-Lexika</li><li>• Mailingliste Japonicum</li><li>• weitere Mailinglisten</li><li>• Publikationen Japonicum</li><li>• Japan-Portale, Suchdienste</li><li>• Forschung</li><li>• Sushi, Fussball und Co.</li></ul>		<b>KURSTEILNEHMER</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Japanischlernen im Internet</li><li>• Landes- und Reise-Info</li><li>• Etikette-Tipps</li><li>• Stipendien, Praktika, Jobs</li><li>• Sprachschulen, Sprachtests</li><li>• Kulturveranstaltungen</li><li>• Lehrbuch-Tipps</li><li>• Neuerscheinungen</li></ul>	
NAVIGATION					
Kontakt: <a href="mailto:gisela.ogasa@lsi-nrw.de">gisela.ogasa@lsi-nrw.de</a>				Aktualisiert am 27.4.02	

## 5 Nächste Schritte

Im Folgenden werden die nächsten Schritte skizziert, die zur Umsetzung des Konzeptes der Linksammlung als Gesamtmodell für alle Informationsangebote des LSI unternommen werden müssen. Im Anschluss wird der Ausbau des Angebotes mit weiteren Dienstleistungen vorgestellt, die mittelfristig in einem Portal münden sollen.

### 5.1 Gesamtkonzept für alle Teilinstitute des LSI

Um als Gesamtkonzept zu dienen, soll die oben erstellte thematische Gliederung der Links mit interessierten Mitarbeitern des LSI diskutiert, gegebenenfalls verbessert und für spezifische Bedürfnisse von Arabicum, Russicum und Sinicum modifiziert werden. Die von der Autorin gemachten Erfahrungen hinsichtlich Recherchestrategie und Bewertung von Internetquellen soll an die für die Linksammlungen der Teilinstitute Verantwortlichen weitergegeben werden.

## 5.2 Aufspüren weiterer Internetquellen

Um geschickte Suchanfragen zu formulieren, soll eine Liste von deutschen Schlagworten für die fachlichen Schwerpunkte und ihre Entsprechungen in Englisch und Japanisch angelegt und deren sinnvolle Verknüpfungen mittels Bool'scher Operatoren entworfen werden. Der Einsatz dieser Liste soll nach Austausch der sprachlichen Komponente (Arabisch, Chinesisch oder Russisch) in allen anderen Teilinstituten möglich sein.

Die Recherche mithilfe der so entstandenen Liste kann bei renommierten Suchmaschinen und Webkatalogen wie Google, AltaVista oder Northern Light geschehen. Primäres Ziel ist es hierbei, größere fachspezifische Sammlungen mit hohem Ranking zu identifizieren. Das Entdecken einzelner wertvoller Quellen auf diesem Weg ist eher zufällig.

Im Anschluss erfolgt eine Auswahl der elektronischen Fachinformationsdienste, die verlässliche und aktuelle Informationen bieten. Hierbei sollten alle sprachwissenschaftlichen und sprachenspezifischen Sammelstellen nach inhaltlicher Qualität, Aktualität und Suchmöglichkeit geprüft werden. Dieses Vorgehen erscheint zunächst zeitaufwendig. Wie sich bei der Evaluierung der japanspezifischen universitären Angebote gezeigt hat, trennt sich jedoch mit ein wenig Rechercheroutine und Abarbeiten von Bewertungskriterien sehr schnell die Spreu vom Weizen. Das Abarbeiten der Suchanfragen in den wenigen fachspezifischen Datensammlungen, die den Qualitätsanforderungen entsprechen und die Evaluierung der gefundenen Ressourcen schließen den Recherchevorgang ab.

Um diese Recherchestrategie in die Arbeitsabläufe integrieren zu können, muss auch hier die Anzahl der Suchanfragen und zu durchsuchenden Datensammlungen so begrenzt werden, dass sie zeitlich zu realisieren sind.

Ein anderer Weg ist die Zuhilfenahme von speziellen Suchmaschinen. Ein Beispiel hierfür ist das von der Deutschen Forschungsgesellschaft unterstützte Projekt GERHARD (GERman Harvest Automated Retrieval and Directory).<sup>101</sup> Diese Suchmaschine ist auf die Recherche wissenschaftlich relevanter Ressourcen im deutschsprachigen Informationsraum ausgerichtet. Meines Wissens ist nach Projektende 1998 keine Weiterförderung des Projektes und somit auch keine Aktualisierung der Inhalte erfolgt. Ähnliche Ziele verfolgt das ebenfalls von der DFG unterstützte Projekt ‚Forschungsportal‘, eine Suchmaschine, die nur die Server von Universitäten und renommierten Wissenschaftsinstituten durchsucht. Die Beta-Version liegt bereits vor.<sup>102</sup> Hier sind wie schon an anderen Stellen die Gründe für den Abbruch des einen und den Neubeginn eines anderen, ähnlich gelagerten Projektes zu hinterfragen.

Neben den als Meta-Suchmaschinen der deutschen Wissenschaft angelegten Projekten wäre das Entwickeln fachspezifischer Suchmaschinen ein Desiderat. Mithilfe eines Thesaurus werden dabei relevante Dokumente selektiert und unter einer thematischen Verzeichnisstruktur sortiert, so dass der Nutzer neben einer alphabetischen Suche die Möglichkeit hat, nach Kategorien zu browsen. Modellhaft ist hier die im Rahmen einer Magisterarbeit von Gragert programmierte Suchmaschine für den Bereich Information und Dokumentation und andere Versuche, Fachinformationen automatisch zu selektieren.<sup>103</sup> Wünschenswert wäre es, dass solche Ansätze in großem Maßstab gefördert werden. Solche Suchwerkzeuge, die unkompliziert auf jedes Fachgebiet anwendbar sind, indem der Fachthesaurus ausgetauscht wird, gehören zu den notwendigen Instrumenten, um den

---

<sup>101</sup> [http://www.gerhard.de/gerold/owa/gerhard.create\\_index\\_html?form\\_language=99](http://www.gerhard.de/gerold/owa/gerhard.create_index_html?form_language=99) (10.4.02)

<sup>102</sup> <http://forschungsportal.net> (26.4.04)

<sup>103</sup> Gragert (1999), sowie der auf der Programmierung von Gragert aufbauende Modellversuch von Heinz / Vogt (2000)

Forderungen nach schneller, umfassender und hochwertiger Informationsversorgung entsprechen zu können.

Demgegenüber stellt das Abonnieren von wöchentlichen Informationsdiensten, die neue Internetquellen vorstellen, einen sofort praktikablen Weg dar. Beispiele sind der Internet Resources Newsletter der englischen Heriot-Watt University<sup>104</sup> oder der in USA zusammengestellten Scout Report.<sup>105</sup> Beide Dienste erlauben auch die Recherche in ihren Archiven. Ein ganz konkretes Ergebnis von Meldungen der Scout-Seite ist übrigens die Nachricht über das learninglanguages.net, das im Sommer 2002 öffentlich nutzbar sein soll und auch für die japanische Sprache eine annotierte und katalogisierte Sammlung von Lernressourcen anbieten wird.<sup>106</sup>

### 5.2.1 Kooperation

Weitere wichtige Hinweise für neue Links und Datenbankangebote können die Mitarbeiter und Kursteilnehmer des Instituts geben. Hier ist die Qualität des persönlichen Kontaktes von großer Bedeutung. Denn obwohl das Weiterleiten eines Links zu einer Informationsquelle nur wenige Sekunden in Anspruch nimmt, stellt es doch einen Aufwand dar, der oft unterlassen wird. Hier kann ein freundlicher Kontakt verbunden mit guter Dienstleistung die Motivation der Nutzer fördern, Informationen zu Internetquellen weiterzugeben. Weitere Möglichkeit bieten regelmäßige, adäquat gestaltete Umfragen bei Mitarbeitern und Kursteilnehmern.

Abseits von persönlichen Kontakten scheint mir nach Sichtung der universitären japanspezifischen Internetangebote arbeitsteilige Kooperation mit anderen Instituten oder auch die Grundannahme, dass Benutzer zahlreiche Links in einen gemeinsamen Pool stellen, wenn die Strukturen dafür bereitgestellt werden, von wenig Aussicht auf Erfolg beschieden. Trauriges Beispiel dafür ist das technisch und formal perfekt angelegte Angebot der Ostasienstudien an der Universität/GH Duisburg, das leider ohne nennenswerte Inhalte im Netz steht.<sup>107</sup>

Um zu einer Kooperation auf institutionellen Ebenen zu gelangen, sind für den vorliegenden Fall zwei Ansätze denkbar: zum einen auf der Ebene des Vereins der Japan-Bibliotheken im Deutschen Sprachraum,<sup>108</sup> zum anderen europaweit im Rahmen der European Association of Japanese Research Specialists (EAJRS).<sup>109</sup> Allerdings ist aus politischen, persönlichen und Wettbewerbsgründen hier eine kooperative Realisierung nur mittelfristig und mit viel persönlichem Einsatz aller Beteiligten zu bewerkstelligen.

### 5.3 Pflege der Linksammlung

Zur Pflege der Linksammlung gehört die Prüfung, ob die angebotenen Informationen unter dem angegebenen Hyperlink tatsächlich in der einmal vorgefundenen Form bestehen bleiben, ob sich eine URL geändert hat oder ob ein Angebot gar nicht mehr im Internet steht.

Für die automatische Linküberprüfung sind von diversen Softwareanbietern sogenannte Link-Check-Programme entwickelt worden, die neben der reinen Meldung zu ‚toten‘ Links zum

---

<sup>104</sup> <http://www.hw.ac.uk/libWWW/irn/irn.html> (14.4.02)

<sup>105</sup> <http://www.scout.cs.wisc.edu/scout/report> (14.4.02)

<sup>106</sup> <http://www.learninglanguages.net/> (28.4.02)

<sup>107</sup> <http://www.uni-duisburg.de/Institute/OAWISS/misc/links-index.html>

<sup>108</sup> Sitz der Vereinigung ist am Japanischen Kulturinstitut, Köln

<sup>109</sup> <http://akira.arts.kuleuven.ac.be/EARJS>

Teil auch geänderte URLs anzeigen. Einen guten Überblick mit Annotationen zu Leistung, Shareware-Konditionen, Preisen und technischen Voraussetzungen solcher Werkzeuge bietet die Düsseldorfer Virtuelle Bibliothek.<sup>110</sup>

Die Bochumer UB beispielsweise setzt für ihre Zwecke den dort empfohlenen Xenu Link Sleuth<sup>111</sup> ein, der kostenlos im Internet erhältlich ist. Dieser Linkchecker meldet nicht nur tote Links, sondern auch den Wechsel einer URL. Allerdings muss bei der Meldung inaktiver Links immer berücksichtigt werden, dass eine punktuelle technische Störung innerhalb des Internets vorliegen kann. Sie sollten also nicht sofort, sondern erst nach mehrmaliger Überprüfung entfernt werden. Für die Japonicum-Sammlung soll dieser Linkchecker, der sich bei häufigem Einsatz in der UB Bochum als schnell und zuverlässig erwiesen hat, eingesetzt werden.

## **5.4 Qualitätskontrolle**

Neben Aktualisierung und Pflege kann eine regelmäßige Qualitätskontrolle das Angebot sowohl technologisch als auch inhaltlich auf hohem Standard halten. Hierzu wird auf die zahlreichen Usability-Studien verwiesen, wobei wiederum Jakob Nielsen effektive Wege gezeigt hat, die Nutzbarkeit von Seiten zu testen und zu verbessern.

Darüber hinaus kann das Registrieren der Besucherzahlen der Linksammlung insgesamt und insbesondere der einzelnen Links wichtige Hinweise über die Relevanz des Angebotes geben.

Nicht zuletzt muss in regelmäßigen Umfragen überprüft werden, ob sich hinsichtlich Informationsbedarf oder Zielgruppe im Laufe der Zeit Verschiebungen ergeben. Im Fall des Japonicum dürften wegen der engen persönlichen und individuellen Betreuung der Zielgruppen Veränderungen recht schnell deutlich werden. Auf eine gezielte Umfrage nach Themen und sorgfältige Analyse der Zielgruppen in Abständen von etwa drei Jahren sollte jedoch nicht verzichtet werden.

## **5.5 Öffentlichkeitsarbeit**

Um so schnell wie möglich eine hohe Nutzungsfrequenz der neuen Dienstleistung des Japonicums zu erreichen, muss umfassende Öffentlichkeitsarbeit geleistet werden.

Für die innere Öffentlichkeitsarbeit bieten sich Informationsveranstaltungen für Mitarbeiter an, die zur Vorstellung des Angebotes dienen. Kursteilnehmer können im Rahmen der Bibliotheksführung, die in den Unterricht integriert ist, mit dem webbasierten Informationsangebot vertraut gemacht werden.

Zu Formen des externen Marketings gehört, dass bei der Anmeldung der Website bei den gängigen Suchmaschinen für ein hohes Ranking gesorgt wird.

Direkte Werbung für die neue Dienstleistung sollte auch an die Ansprechpartner bei Unternehmen und Organisationen gerichtet werden, die zur festen Klientel des LSI gehören. Auch der Jahresbrief des LSI an alle Ehemaligen und Mitglieder des Fördervereins kann hier als Werbemedium dienen. Nicht zuletzt auf der Liste stehen die Mitglieder des Beirates des LSI und die beim Träger des Instituts, dem Ministerium für Schule und Weiterbildung, Wissenschaft und Forschung NRW, verantwortlichen Mitarbeiter.

---

<sup>110</sup> <http://www.uni-duesseldorf.de/WWW/ulb/webp-soft.html#links> (4.4.02)

<sup>111</sup> <http://www.snafu.de/~tilman/xenulink.html> (3.3.02)

Die Benachrichtigung der Fachwelt kann über Nachrichten in den einschlägigen Mailinglisten und Foren geschehen. Da jedoch, wie verschiedene Studien gezeigt haben, die Informationskompetenz vieler Studierender und Hochschullehrer für die IT-Medien nicht genügend ausgebildet ist, soll eine Brief- und Plakataktion an den Fakultäten mit Japanschwerpunkt die Werbeaktion vervollständigen.

## **5.6 Weiterentwicklung in Richtung Portal**

Nachdem die Linksammlung etabliert worden ist, kann die Planung zur Erweiterung des Angebotes durch zusätzliche Funktionalitäten angegangen werden.

Zunächst muss eine einheitliche Oberfläche programmiert werden, die alle Angebote ungeachtet ihrer Heterogenität im Bereich von Schnittstellen bei Datenbanken oder unterschiedlichen Dokumenten- und Multimediaformaten bündelt und nach dem Prinzip des One-Stop-Shops mit einer Suchanfrage recherchierbar macht.

Zu integrieren wären hier auch kostenpflichtige Datenbanken wie das hervorragende Angebot des japanischen National Institute for Informatics (NII),<sup>112</sup> dessen Qualität von der Autorin in einem dreimonatigen Testlauf Anfang 2001 geprüft werden konnte. Im Vorfeld muss jedoch überlegt werden, wie die vom NII vorgesehene recht komplizierte Abwicklung der Abrechnung gehandhabt werden kann.

Meldungen über eine von der Telekom entwickelte Prepaid-Card namens MicroMoney, die Internetnutzern günstige und bequeme Zahlungsmöglichkeiten auch für kleine Beträge eröffnen, versprechen zumindest für die Einbindung deutscher kostenpflichtiger Angebote künftig Erleichterung.<sup>113</sup>

Parallel zur Implementierung eines einheitlichen Einstiegs müssen die technischen Voraussetzungen für eine Erweiterung der Dienstleistungen um die Funktionalitäten der Personalisierung und damit in Kontext stehender automatischer Alert-Dienste erarbeitet werden, ebenso wie Möglichkeiten zu Kooperation und Kommunikation sowie weiterer Optionen zu gemeinsamen Bewertungen von Informationsangeboten durch die Nutzergemeinde.

Die Realisierung dieser Planungen muss aufgrund der knappen Sachmittel jedoch mit Skepsis betrachtet werden. Eine andere Lösung bestünde in der Integration der Japonicum-Linksammlung als Element eines größer angelegten, vielleicht nationalen oder europaweiten Japanportals. Allerdings wird die Konzipierung eines Projekts dieser Größenordnung, die eine Bereitstellung größerer finanzieller Mittel erfordert, meines Wissens noch nicht diskutiert.

---

<sup>112</sup> <http://www.nii.ac.jp/> (12.2.02)

<sup>113</sup> Als Meldung zu Neuigkeiten in: nfd 53 (2002), Nr. 2, S. 71



## 6 Schlussbemerkung

„Die Zukunft gehört dem 1:1-Marketing. Produkte, Services und die sie anbietenden Unternehmen werden sich auf ihre Kunden hundertprozentig einstellen und ihnen jeden Wunsch von den Augen ablesen. Ein personalisiertes Portal ist ein wesentlicher Bestandteil dieser Strategie.“<sup>114</sup>

Diese Aussage von Bauer, für den Unternehmensbereich getroffen, besitzt auch für den Wissenschaftsbereich Gültigkeit. Allerdings haben die in der vorgelegten Arbeit gemachten Untersuchungen deutlich gemacht, dass die Realisierung eines Portals mit allen Funktionalitäten für die Homepage der LSI / Japonicum aus technischen und finanziellen Gründen vorerst nicht möglich ist. Auf regionaler und nationaler Ebene muss die Diskussion um die zeitgemäße Informationsversorgung der Wissenschaft sowie die Notwendigkeit von Entwicklung und Bereitstellung spezieller Portal-Software, die wie in den USA interessierten Bibliotheken als Freeware zu Verfügung gestellt werden könnte, weiter vorangetrieben werden.

Mit der hier erstellten Konzeption wurden solide Grundlagen für ein herkömmliches webbasiertes Informationsangebot erarbeitet, das als Linksammlung mit Annotationen bereits in Kürze auf der neuen Homepage des LSI / Japonicum installiert werden kann. Einige der Anforderungen des von Nielsen propagierten HOME RUN-Designs konnten bereits erfüllt werden:

Die entworfene Recherchestrategie nach und die qualitative Analyse von Internetressourcen mit Hilfe des erarbeiteten Fragebogens gewährleisten die Auswahl von Inhalten hoher Qualität (**H**). Die Beschränkung auf Qualität statt Quantität und die Arbeitsteilung der Recherchen nach neuen Inhalten innerhalb des LSI (womöglich auch mit externer Kooperation) lassen eine häufige Aktualisierung zu (**O**). Die Zusammenarbeit mit IT-Fachleuten in technischen Fragen wie minimale Downloadzeiten (**M**) und hinsichtlich der Optimierung der Nutzerfreundlichkeit der Webseite (**E**) ist vorbereitet.

Die sorgfältige Ausarbeitung des Nutzerprofils, des Themenspektrums und Niveaus des Informationsbedarfs entsprechen dem Kriterium der Relevanz (**R**). Die Einzigartigkeit des Angebots für das Online-Medium ist durch die detaillierte Analyse bereits bestehender Webangebote gewährleistet (**U**). Um dem Ziel einer webzentrierten Unternehmenskultur (**N**) nahe zu kommen, dem Punkt, den Nielsen als den schwierigsten von allen bezeichnet, ist das LSI und ebenso das Teilinstitut Japonicum auf dem besten Weg. So befindet sich der Webauftritt des gesamten Instituts im Stadium der Neugestaltung. Überdies sind netzbasierte Unterrichtsangebote angedacht.

Die Aufgabe für die Informationsspezialisten des LSI-Teams besteht nun darin, alle Mitarbeiter und insbesondere die Entscheidungsträger des Institutes intensiv für die Möglichkeiten des webbasierten Informations- und Wissensmanagements zu sensibilisieren und kompetent über Neuentwicklungen und Trends wie Personalisierungsfunktionalitäten und Portalkonzeptionen zu informieren. Zum Zweck der Optimierung der Wettbewerbsfähigkeit des LSI sollte langfristig der Einsatz eines Portalkonzeptes im Sinne von Rösch nicht nur auf der Ebene der Versorgung mit wissenschaftlicher Information, sondern für alle Arbeitsabläufe und Dienstleistungskomponenten des LSI anvisiert werden.

---

<sup>114</sup> Bauer (2001), S. 13



## 7 Anhang

### 7.1 Statistik der Japonicums-Kursteilnehmer (nur Grundkurse)

Erhebungszeitraum: 1996 – 2000, zusammengestellt von Dr. Yumi Dohi<sup>115</sup>

<b>Kursteilnehmer Grundkurse</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
insgesamt	155	157	147	124	147

<b>Studienschwerpunkte der Studierenden</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
Wirtschaftswissenschaften / Management	23	19	12	12	17
Naturwissenschaften	24	18	12	10	11
Ingenieurwesen	15	17	12	11	10
Jura	6	11	7	3	4
Ostasienwissenschaften	4	7	5	1	7
Soziologie	4	4	3	3	1
Sprachwissenschaft	1	0	1	2	4
Diverse	9	13	15	12	18

<b>Schwerpunkte der Berufstätigen</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
Mitarbeiter im Unternehmen (Management)	17	18	17	13	19
Mitarbeiter im Unternehmen (Ingenieurwesen)	15	9	29	26	17
Mitarbeiter in Unternehmen (Naturwissenschaften)	1	5	4	3	8
Beamte / Professoren	1	0	0	1	0
Kunsthandwerk / Design / Kunst	1	6	4	0	10
Forschung	5	7	5	6	1
Medien u.a.	5	6	5	6	1

<b>Geschlecht</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
Frauen	45	52	46	39	57
Männer	99	105	101	85	90

<b>Alter</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
unter 18 Jahren	1	2	6	4	2
19 – 25 Jahre	44	54	49	37	41
26 – 35 Jahre	79	78	71	54	72
36 – 45 Jahre	9	6	13	11	21
46 – 55 Jahre	7	3	5	4	3
56 – 65 Jahre	0	2	1	6	0
älter als 66 Jahre	1	0	2	0	0
keine Angabe	12	12	0	12	8

<b>Anteil der Studierenden und Berufstätigen</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
Studierende	86	89	67	67	72
Berufstätige	41	47	62	51	59
Andere	17	21	18	5	16

<sup>115</sup> Nutzung der Daten mit freundlicher Genehmigung von Dr. Yumi Dohi, LSI-NRW/ Japonicum

<b>Erwerb von Japanisch-Vorkenntnissen</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
VHS / Sprachschule	10	18	16	14	28
Universität	13	15	14	14	25
Während eines Japanaufenthaltes	3	7	5	6	2
Durch Kontakt mit Japanern	0	2	2	2	3
Privatunterricht	25	28	19	13	12
keine Angabe	14	7	0	15	10

<b>Japanisch-Vorkenntnisse</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
Nein	76	80	91	60	67
Ja	51	70	56	49	70
keine Angabe	17	7	0	15	10

## 7.2 Statistik der Japonicums-Kursteilnehmer (Grund-, Aufbau- und Mittelkurse)

Erhebungszeitraum: 1996 – 2000, zusammengestellt von Gisela Ogasa

Antworten der Kursteilnehmer auf die Fragen:

Worin besteht ihre Motivation, sich für den Sprachkurs anzumelden? /Welche Ziele möchten Sie erreichen? /Welche Erwartungen haben Sie an den Kurs?

<b>Kursteilnehmer Grund-, Aufbau- und Mittelkurse</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
insgesamt	209	261	206	175	219

<b>Motive / Ziele</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
Sprachfertigkeiten erwerben bzw. verbessern	37	18	31	17	34
Berufstätigkeit in Japan Bereiche: Wirtschaft, Technik, Lektor an Univ., Medien, Medizin, Architektur	18	40	43	35	46
Studien- oder Forschungsaufenthalt Bereiche: Wirtschaft, Naturwissenschaften, Politik, Jura, Architektur, Medizin	42	52	40	37	28
Praktikum ohne Spezifikation	6	9	11	12	11
Praktikum Bereiche: Wirtschaft, Jura, Architektur, Kunst und Design, Gartenbau, Kochen	21	41	8	7	23
Japan-Aufenthalt nicht weiter spezifiziert, Dauer der Aufenthalte ab 3 Monate aufwärts (bei Angabe der Zeiten)	28	9	10	9	23
Japan-Reise Weniger als 3 Monate Dauer	2	4	3	3	7
Interesse an Kultur (Film, Comic, Kampfsport, Theater, Modedesign, Papierherstellung ...) und Mentalität	10	10	12	12	7
Zusatzqualifikation für Studium und Beruf	9	25	3	15	8
Studium in Deutschland mit Japan-Schwerpunkt studienbegleitend oder zur Vorbereitung auf ein Studium	13	22	9	9	6
Japanische Freunde, (Ehe)Partner, Familie	1	6	7	6	8
Kontaktpflege mit japanischen Kollegen in Wissenschaft und Wirtschaft	1	0	5	1	3
keine Angabe	23	25	24	12	15

### 7.3 Bewertungsbogen A

Informationsangebote an deutschsprachigen Universitäten und Gesamthochschulen

Frage: Sind relevante Inhalte für die Zielgruppen des Japonicums vorhanden?

Datum der Untersuchung: 10.3.02

	Relevanz	Breite	Tiefe	Download	Einzigartigkeit	Annotation	Bewertungen
<b>Universitäten / GH</b>							
Berlin / FU, Japanologie	x	x	x	x	x	x partiell	x
Berlin / HU, Sprache und Kultur Japans	x	o	o	o	o	o	o
Bochum, Sektion Geschichte Japans	x	x	x partiell	o	x Bereich Geschichte	x partiell	o
Bochum, Sektion Sprache und Literatur	x	o	o	o	o	o	o
Bonn, Institut für Japanische Sprache	x	o	x partiell	o	x Bereich Sprache	x	o
Bonn, Japanologie	o	o	o	o	o	o	o
Bonn, Modernes Japan	o	o	o	o	o	o	o
Düsseldorf, Lehrstuhl Modernes Japan	x	x	o	o	o	o	o
Duisburg, Sprache und Kultur des mod. Japan + Ostasienwirtschaft / Japan (gemeinsames Angebot)	x	x	o	o	x	x	o
Erfurt, Ostasiatische Geschichte	x	o	x partiell	o	x Bereich Geschichte	o	o
Erlangen-Nürnberg, Japanologie	x	o	o	o	o	o	o
Frankfurt, Japanologie	x	x	o	o	o	x	o
Göttingen, Japanologie	o	o	o	o	o	o	o
Halle, Japanologie	x	o	o	o	o	o	o
Hamburg, Seminar f. Sprache und Kultur Japans	x	x	o	o	o	x	o
Heidelberg, Japanologisches Seminar	x	x	o	o	o	o	o
Köln, Japanologie	o	o	o	o	o	o	o
Leipzig, Japanologie	x	x	o	o	o	o	o
Marburg, Japan-Zentrum	x	o	o	o	o	o	o
Mainz, Projekt Japan-Studien	o	o	o	o	o	o	o
München, Japanologie und Japan-Zentrum	x	x	o	o	x	x partiell	o
Tübingen, Japanologie	x	o	o	o	o	x	o
Trier, Japanologie	x	x	o	o	x	x partiell	o
Würzburg, Japanologie	o	o	o	o	o	o	o

x = vorhanden o = nicht vorhanden

## 7.4 Bewertungsbogen B

### Informationsangebote an deutschsprachigen Universitäten und Gesamthochschulen

Frage: Sind die Angebote aktuell und nutzerfreundlich?

Datum der Untersuchung: 10.3.02

	Aktua- lität	Vali- dität	systemat. Anord- nung	Seiten- gestal- tung	Urheber / Kontakt - möglich- keit	Un- nötiges Scrollen	Graphi- ken, Applets	Naviga- tion	Suchma- schine
<b>Universität / GH</b>									
Berlin FU	28.3.02	x	x	profes- sionell	x / x	wenig	ohne	sehr gut	x
Bochum, Geschichte	Jan 02	x	x	haus- backen	anonym x / x	viel	ohne	wenige Optionen	o
Bonn, Japanische Sprache	14.2.02	x	x	haus- backen	schwierig zu finden	viel	überflüssige Elemente	wenige Optionen	x
Duisburg	ohne Angabe	o	x	profes- sionell	anonym x / x	wenig	ohne	wenige Optionen	x
Erfurt	13.2.01	x	x	überladen	schwierig zu finden	viel	zu überladen	wenige Optionen	o
Frankfurt	ohne Angabe	x	o	haus- backen	x / x	viel	überflüssige Elemente	wenige Optionen	o
Hamburg	8.9.00?	x	o	unüber- sichtlich	o / o	zu viel	ohne	wenige Optionen	o
Heidelberg	ohne Angabe	x	o	sehr unüber- sichtlich	anonym / x	zu viel	ohne	wenige Optionen	o
Leipzig	2.4.02	x	x	profes- sionell	o / o	ohne!	ausgewogen	gut	o
München	4.12.01	x	x	gut	x / x	wenig	ohne	gut	o
Tübingen	22.11.01	x	x	schlecht	x / x	wenig	gut	wenige Optionen	o
Trier	ohne Angabe	x	x	haus- backen	o / o	viel	ohne	wenige Optionen	o

x = vorhanden o = nicht vorhanden

## 8 Literaturverzeichnis

Ball, Rafael (2002): Knowledge-Management – eine neue Aufgabe für Bibliotheken. In: BIT online 5/2002, Nr. 1, S. 23-34.

Bauer, Herbert (2001): Unternehmensportale – Geschäftsmodelle, Design, Technologien. Bonn, Galileo Press.

Bertelmann, Roland / Rusch-Feja, Diann (1997): Informationsretrieval im Internet: Surfen, Browsen, Suchen – mit einem Überblick über strukturierte Informationsangebote. In: Redaktion Buch und Bild (Hg.): Internet. Bad Honnef: Bock und Herchen, S. 72–76 (BUB special).

Bonnet, Monica (2001): Personalization of Web services: opportunities and challenges. In: Ariadne 2001, issue 28. <http://www.ariadne.ac.uk/issue28/personalization> (15.2.02).

Bund-Länder Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (Hg.) (2000): Studien- und Berufswahl 2000/2001. Informationen und Entscheidungshilfen. Nürnberg: BW Bildung und Wissen.

Campbell, Jerry Dean (2001): The case for a scholars portal to the Web: a white paper. In: Portal: Libraries and the Academy 1/2001, no. 1, S. 15-21. <http://muse.jhu.edu/demo/pla/> (17.2.02).

Clark, Judith (2001): Subject portals. In: Ariadne 2001, issue 29. <http://www.ariadne.ac.uk/issue29/clark/intro.html> (15.2.02).

Cremer, Monika (1999): Das Image von Bibliotheken im Internet. In: Bibliothek. Forschung und Praxis 23/1999, Nr. 2, S. 197–204.

D'Angelo, John; Little, Sherry K. (1998). Successful web pages: what are they and do they exist? In: Inf. Technol. Libr. Chicago 17/1998, no. 2, S. 71-81.

Dobiéy, Dirk (2001): White Paper: Das Unternehmensportal: die Schaltzentrale des digitalen Unternehmens. Sindelfingen: Hewlett-Packard, 14 S. [http://www.competence-site.de/emarktplaetze.nsf/19C3F3CC5BC6C2F6C1256AD40057B5D6/\\$File/unternehmensportal\\_hp.pdf](http://www.competence-site.de/emarktplaetze.nsf/19C3F3CC5BC6C2F6C1256AD40057B5D6/$File/unternehmensportal_hp.pdf) (15.2.02).

Dobratz, Susanne (2000): Dissertationsportale im Internet. In: nfd 51/2000, Nr. 6, S. 342-350.

Fahrenkrog, Gabriele / Marahrens, Oliver / Bittner, Ewald: Des Surfers Leid, des Surfers Freud – Web Usability und wie man sie testet. In: nfd 53/2002, Nr. 2, S. 73-81.

Ferguson, Chris (2000): 'Shaking the conceptual foundations,' too: Integrating research and technology support for the next generation of information service. In: College and research libraries 61/2000, no. 4, S. 300-311.

Frommeyer, Jutta (2000): Aufbau einer Internetpräsenz für Spezialbibliotheken. In: Bibliothek, Forschung und Praxis 24/2000, Nr. 2, S. 201-211.

Ghaphery, Jimmy / Ream, Dan (2000): VCU's My Library: Librarians love it ... Users? Well, maybe... In: Information Technology and Libraries 19/2000, no. 4.  
[http://www.lita.org/ital/1904\\_ghaphery.html](http://www.lita.org/ital/1904_ghaphery.html) (17.2.02).

Gleason, Bernard W. (2000): Boston College University-wide Information portal – concepts and recommended course of action.  
<http://www.mis2.udel.edu/ja-sig/whitepaper.html> (21.2.02).

Grager, Gerrit (1999): Konzeption und Entwicklung eines intelligenten robotergestützten Internetinformationssystems auf dem Gebiet der Information und Dokumentation. Berlin: Humboldt-Universität zu Berlin, Institut für Bibliothekswissenschaft.  
<http://www.grager.de/magister/index.html> (12.2.02).

Hackemann, Martin (2001): Auf dem Weg zum Internetportal – Vorsicht, rechtliche Falltüren. In: Rützel-Banz, Margit (Hg.) (2001): 91. Deutscher Bibliothekartag in Bielefeld 2001 : Bibliotheken – Portale zum globalen Wissen. Frankfurt/Main: Klostermann, S. 14-25 (Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie; Sonderhefte ; 81).

Heinz, Michael und Helmut Voigt (2000): Aufbau einer Suchmaschine für ein Forschungsinstitut – Aufgabe für die Bibliothek? In: nfd 51/2000, Nr. 6, S. 335-340.

Hilberer, Thomas (1999): So lässt sich das Internet erschließen. Der Trampelpfad der Düsseldorfer Virtuellen Bibliothek (DVB). In: Bibliotheksdienst 33/1999, Heft 1, S. 54-58.

Kaizik, Andreas / Gödert, Winfried / Oßwald, Achim (2001) : Evaluation von Subject Gateways des Internet (EJECT). Köln: Fachhochschule Köln, Fachbereich Bibliotheks- und Informationswesen (Kölner Arbeitspapiere zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft ; 30).

Ketchell, Debra S. (2000): Too many channels: making sense out of portals and personalization. In: Information Technology and Libraries 19/2000, no. 4.  
[http://www.lita.org/ital/1904\\_ketchell.html](http://www.lita.org/ital/1904_ketchell.html) (17.2.02).

Koch, Traugott (2000): Quality-controlled subject gateways: definitions, typologies, empirical overview. In: Online Information Review 24/2000, no. 1, S. 24-34.

Koenemann, Jürgen, Hans-Günter Lindner und Christoph Thomas (2000): Unternehmensportale: Von der Suchmaschine zum Wissensmanagement. In: nfd 51/2000, Nr. 6, S. 325-334.

Körnig, Stephan (2002): Digitale Bibliotheken und Portale – Konzepte für die Zukunft elektronischer Fachinformation. In: Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie 2002, Heft 1, S. 29-33.

Krämer, Harald (2001): Portale und Information Gateways. Vortrag gehalten am 28./29. Mai 2001 im Historischen Centrum Hagen auf der MAI-Tagung.  
[http://www.mai-tagung.de/maitagung\\_2001/pdf/kraemer.pdf](http://www.mai-tagung.de/maitagung_2001/pdf/kraemer.pdf) (12.2.02)

Lakos, Amos / Gray, Chris (2000): Personalized library portals as an organizational culture change agent. In: Information Technology and Libraries 19/2000, no. 4.  
[http://www.lita.org/ital/1904\\_lakos.html](http://www.lita.org/ital/1904_lakos.html) (17.2.02).



Looney, Michael; Lyman, Peter (2000): Portals in higher education. In: Educause review, July/August 2000, S. 28-36.

MacLeod, Roddy (2001): EEVL: new profile, new office, and coming soon – a new service. In: Ariadne 2001, issue 26.

<http://www.ariadne.ac.uk/issue26/eevl/intro.html> (2.10.01).

Meier, Gerald (2001): Online-Informationssysteme in Archiven : Fachportale, Archivinformationen, Online-Findmittel, digitalisiertes Archivgut. In: BIT online 4 /2001, Nr. 1, S. 15-28.

Meyenburg, Sven (2001): Virtuelle Fachbibliotheken – fachspezifische Portale unter einem gemeinsamen Dach. In: Rützel-Banz, Margit (Hg.) (2001): 91. Deutscher Bibliothekartag in Bielefeld 2001 : Bibliotheken – Portale zum globalen Wissen. Frankfurt/Main: Klostermann, S. 30-36 (Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie; Sonderhefte ; 81).

Miller, Paul: The concept of the portal. In: Ariadne 2001, issue 30.

<http://www.ariadne.ac.uk/issue30/portal/intro.html> (2.10.01).

Morgan, Eric Lease (1998): MyLibrary in your library could make for satisfied patrons. In: Computers in libraries 18/1998, no. 5, S. 40-41.

Morgan, Eric Lease (2000): The challenges of user-centered , customizable interfaces to library resources. In: Information Technology and Libraries 19/2000, no. 4.

[http://www.lita.org/ital/1904\\_editorial.html](http://www.lita.org/ital/1904_editorial.html) (17.2.02).

Nielsen, Jakob (2001): Designing web usability - Der Erfolg des Einfachen. München: Markt und Technik.

Oberknapp, Bernd / Ruppert, Hans-Adolf (2001): ReDI als Portal für Fachinformationen der Digitalen Bibliothek Baden-Württemberg. In: Rützel-Banz, Margit (Hg.): 91. Deutscher Bibliothekartag in Bielefeld 2001 : Bibliotheken – Portale zum globalen Wissen. Frankfurt/Main: Klostermann, S. 44-54 (Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie; Sonderhefte ; 81).

O’Leary, Mick (2000) Grading the library portals. In: Online Nov. 2000.

<http://www.onlinemag.net/OL2000/oleary11.html> (17.2.02).

Oßwald, Achim (2001): UNESCO: Unesco libraries portal [Elektronische Ressource] : an international information gateway for librarians and library users / United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. – 2000 -. –[Paris] : Unesco, 2000. [Rezension Digitale Medien]. In: Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie 2001, Heft 2.

[http://www.klostermann.de/zeitsch/osw\\_482.htm](http://www.klostermann.de/zeitsch/osw_482.htm) (17.2.02).

Pleines, Jochen (1998): Das LSI – ein Politikum von Anfang an. In: Pleines, Jochen (Hg.): Sprachen und mehr. Globale Kommunikation als Herausforderung. Wiesbaden: Harrassowitz, S. 19-28 (Landesspracheninstitut Nordrhein-Westfalen Publikationen ; 1).

Plieninger, Jürgen (2000): Die Linksammlung – Fundgrube oder Datengrab? In: nfd 51/5, Heft 5, S. 261-270.

Rösch, Hermann (2001a): Portale in Internet, Betrieb und Wissenschaft. Marktplatz und Instrument des Kommunikations- und Wissensmanagements. In: BIT online 4/2001, Nr. 3, S. 237-246.

Rösch, Hermann (2001b): Wissenschaftsportal – bibliothekarische Konzeption in der Informationsgesellschaft. Vortrag auf dem Symposium Strategien für die Zukunft. Management & Marketing im Bibliothekswesen. Wien, 25.-26. September 2001.  
<http://bt2000.univie.ac.at/main.html> (21.2.02).

Rusch-Feja, Diann (1996): Clearinghouses als Vermittlungsstellen für Fachinformation im Internet. In: Weiter auf dem Weg zur virtuellen Bibliothek! Bibliotheken nutzen das Internet. Erste InetBib-Tagung in der Universitätsbibliothek Dortmund vom 11.-13. März 1996. 2. erweiterte Auflage. Bearb. von Barbara Jedwabski u. Jutta Nowak. Universitätsbibliothek Dortmund 1996, S. 63-80.

Rusch-Feja, Diann (1997): Subject-orientated collection of information resources from the internet – a clearinghouse concept to support scientists in a German research institute. In: Libri 47/1997, no.1, S. 1-24.

Rützel-Banz, Margit (Hg.) (2001): 91. Deutscher Bibliothekartag in Bielefeld 2001 : Bibliotheken – Portale zum globalen Wissen. Frankfurt/Main: Klostermann 2001 (Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie; Sonderhefte ; 81).

Schiroslawski, Ruth (2001): FIZ-Wirtschaft – Internetportal der Wirtschaftswissenschaften, EconDOC als Produkt des Portals FIZ Wirtschaft. In: Rützel-Banz, Margit (Hg.): 91. Deutscher Bibliothekartag in Bielefeld 2001 : Bibliotheken – Portale zum globalen Wissen. Frankfurt/Main: Klostermann, S. 55-61 (Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie; Sonderhefte ; 81).

Stalder, Felix (1999): Beyond portals and gifts: towards a bottom-up net-economy. In: Firstmonday 1999, issue 1.  
[http://www.firstmonday.dk/issues/issue4\\_1/stalder/](http://www.firstmonday.dk/issues/issue4_1/stalder/) (17.2.02).

Summann, Friedrich (2001): Die Integration der Digitalen Bibliothek NRW in das Portal der Universitätsbibliothek Bielefeld. In: Rützel-Banz, Margit (Hg.): 91. Deutscher Bibliothekartag in Bielefeld 2001 : Bibliotheken – Portale zum globalen Wissen. Frankfurt/Main: Klostermann, S. 62-66 (Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie; Sonderhefte ; 81).

Teller, Barbara (1998): Bibliotheken im Internet – eine Evaluierung der Qualität von Internet-Präsentationen deutscher Bibliotheken. In: nfd 49/1998, Nr. 7, S. 415-419.

Trehub, Aaron (2000): MyLibrary oder Interaktive Dienstleistungen: die Erfahrungen einer akademischen Bibliothek. In: nfd 51/2000, Nr. 6, S. 367-372.

Umlauf, Konrad (2000): Annotation und Evaluation von WWW-Dokumenten. Berlin: Institut für Bibliothekswissenschaft (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft ; 59).

Voigt, Helmut (2000): Portale – Herausforderung und Chance für Information Professionals. In: nfd 51/2000, Nr. 6, S. 323.

Wahrig, Gerhard (1986): Deutsches Wörterbuch. München: Mosaik.

Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language (1994). New York: Gramercy Books.

Wille, Petra (1998): A comparison of the internet presences of German libraries and companies. In: Libri 48/1998, no. 4, S. 224-236.